



УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП

ФАКУЛТЕТ ЗА ОБРАЗОВНИ НАУКИ

Студиска програма: Училишна педагогија

Ирена Манева

РАДИОТО КАКО МЕДИУМ ЗА КОМУНИЦИРАЊЕ ВО ОСНОВНОТО УЧИЛИШТЕ

- МАГИСТЕРСКИ ТРУД -

Штип, 2012 год.

Комисија за оценка и одбрана

Ментор: проф. д-р Блаже Китанов

Член: проф. д-р Емилија Петрова-Ѓорѓева (претседател)

Член: проф. д-р Кирил Цацков

Научна област: Училишна педагогија

„Радиото како медиум за комуницирање во основното училиште“

Краток извадок

Наставниците имаат клучна улога во пренесувањето и унапредувањето на човековото искуство и знаење. Со оглед на високиот техничко-технолошки развој и глобализацијата, наставничката професија станува сè посложена. Таа повеќе не се поврзува само со компетентност за учење, туку и со постојана надградба и усовршување на знаењето. Во тие рамки, како императив, се наметнува и потребата од користење на медиумите, односно радиото при реализација на наставните содржини. Радиото како медиум ги поттикнува наставниците и учениците за успешно реализирање на наставните содржини и за постигнување на повисоки училишни резултати.

Се покренуваат многу значајни прашања поврзани со позицијата на наставниците и нивниот придонес во подобрување на различни аспекти на работата на училиштето. Најдобрите ментори ќе бидат сите оние наставници кои можат и преку примери да применат некои од содржините на радиото при реализација на наставните содржини. Со тоа, наставниците ги поттикнуваат дијалозите, воспоставуваат комуникација, ги артикулираат индивидуалните интереси, вредности и визии кај учениците.

Радиото игра значајна улога во воспитно-образовниот процес. Кај електронските медиуми определени делови претежно и понагласено исполнуваат една од овие функции. Преку говорните емисии повеќе се исполнува информативната функција, во музичкиот дел од програмата повеќе се исполнува рекреативната или пак образовната функција се остварува претежно низ специјално за тоа наменети говорно-музички или музичко-говорни емисии.

Клучни зборови: *воспитување, основни училишта, квалитет на воспитанието и образованието, радиото како медиум за комуникација во воспитно-образовниот процес.*

“The role of the radio as a communicating medium in primary school“

Abstract

The teachers are playing the basic role in transferring and advancing of the human experience and knowledge. If you take in consideration the high level of the technological development and the globalization, the teacher's profession is increasing. It is not just the matter fact of learning, but also the continuum superstructure and improvement of knowledge. In that field, as an imperative, is entailing the need of using the mediums such as radio in the process of realization of its syllabuses. The radio ad a strong medium is giving an incentive to the teachers and the pupils to a successful realization of its syllabuses and achieving advanced results.

There have been variety questions, connected with the teacher's role and its contribution in improving different aspects of the school's work. The best mentors would be the ones who can explain through an example the syllabuses of the radio in its explanations. Thus, the teachers are encouraging dialogs, establishing communication, expressing their own aspects of interests, values and pupil's vision.

The radio is having its main role in educational process. In the electronic mediums some parts are accomplishing some of these functions. Through the verbal emissions in informative function has been developed, in the musical segment of the program it is much more accomplished the recreative role, or the educational function has been accomplished through some intended verbal-musical or musical-verbal emissions.

Key words: *education, primary schools, radio as a communicating medium in the educational process.*

Содржина

Вовед.....	5
Прв дел.....	7
Теоретски пристап на проблемот.....	7
1. Поим за комуникација.....	7
1.1. Видови на комуникација.....	13
1.2. Мас-медиумите како средство за комуникација.....	16
1.3. Печатот како масовен медиум.....	20
1.4. Радиото како масовен медиум.....	22
1.5. Филмот како масовен медиум.....	24
1.6. Телевизијата како масовен медиум.....	27
1.7. Интернет како масовен медиум.....	31
2. Комуникацијата во основното училиште.....	35
2.1. Комуникација меѓу наставникот и ученикот во наставата.....	37
2.3. Комуникација меѓу наставникот, учениците и родителите.....	42
3. Радиото како средство за комуникација во основното училиште.....	43
3.1. Појава и развој на радиото.....	45
3.2. Појава и развој на Радио Штип.....	55
3.3. Улогата и значењето на Радио Штип во едукација на учениците.....	58
3.4. Предности на радиото.....	59
3.5. Функции на радиото.....	60
4. Новинарскиот прилог како дел од целината.....	63

4.1. Приспособување на прилогот за негово објавување.....	64
5. Живиот збор на радиото.....	65
6. Анализа на радиопрограмите.....	73
7. Релевантни истражувања.....	76
Втор дел.....	78
Методолошки пристап на проблемот.....	78
1. Предмет на истражување.....	79
2. Цел и задачи на истражувањето.....	80
3. Хипотези на истражувањето.....	80
4. Методи на истражувањето.....	81
4.1. Техники и инструменти на истражувањето.....	81
5. Популација на истражувањето.....	81
6. Статистичка обработка на истражувањето.....	84
Трет дел.....	85
Анализа и интерпретација на резултатите.....	85
1. Колку просечно наставниците и учениците слушаат радио.....	86
2. Колку наставниците го користат радиото за усовршување на своето знаење по одредени наставни содржини.....	90
3. Кои содржини учениците сакаат да бидат застапени на радиопрограмите.....	92
4. Што најмногу наставниците и учениците сакаат да слушаат на радиопрограмата.....	97
Четврти дел.....	106
Заклучни сознанија.....	107
Користена литература.....	109
Прилози.....	114

Вовед

Радиото е првиот електронски медиум за комуницирање. Радиото има и најголема слушаност, бидејќи истото може да се слуша на улица, во продавница, на работно место итн. Распространетоста на радиото е последица и на неговото приспособување на секакви услови, но пред сè што ја има непосредноста за комуницирање. Секогаш радиото барем една секунда е побрзо од другите медиуми, особено кога има јавување во живо, односно директни јавувања. Радиото е медиум за комуникација, што овозможува врска со најширокиот аудиториум.

Радиото е присутно и во училиштата. Има влијание и врз воспитно-образовниот процес. Доколку наставникот сака целосно да го реализира воспитно-образовниот процес ќе мора да користи и да побара „помош“ и од медиумите. За секој наставник-педагог најпогодни и најдобри форми се следењето медиуми, вклучувајќи го и радиото како медиум за комуникација. Посебно наставникот треба да ги следи воспитно-образовните програми на медиумите, преку кои ќе може да го надградува своето знаење. Познати се функциите на електронските медиуми, особено на медиумите кои едуцираат и воспитуваат од една страна и создаваат навики кај наставниците и учениците за комуникации, од друга страна.

Затоа, не случајно во образовниот процес наставникот го користи радиото како медиум за комуникација. Со вклучување на радиото во воспитно-образовниот процес наставниците полесно ги реализираат методските единици. Со тоа учениците можат и подобро да го сфатат она што им го соопштува наставникот.

Во првиот дел од мојата тема пишувам за основните функции на радиото, како и за тоа кога во светот се појавил овој медиум. Во тие рамки, нагласувам дека радиото е првиот електронски медиум што се појавил во светот, а приматот за еден од најслушаните медиуми го задржува и ден-денес. Неговото влијание и моќта врз широкиот аудиториум се забележува на секој чекор. Со особено внимание радиото се слуша преку ден. Во првиот дел од темата пишувам и за

појавата на радиото во нашата држава. Првпат радиото во Македонија почнува да зрачи на 28 декември 1944 година, кога се огласил тогашниот директор и репортер Владо Малески со легендарните зборови „Зборуе Радио Скопје“. Понатаму, се задржувам на електронските медиуми во Македонија односно на појавата на 29 локални радиостаници, меѓу нив и на Радио Штип. Во овој дел посебно место зазема комуникацијата со слушателите. Ги нагласувам сите видови на комуникации, со напомена дека живиот збор на радиото е незаменлив. Во рамките на комуникацијата пишувам и за нејзиното влијание во основното образование.

Во вториот дел се задржувам на предметот на истражување, целите на истражување, методите и техниките, популацијата на истражување и статистичката обработка.

Во третиот дел од темата вршам анализа и интерпретација на резултатите.

И во четвртиот дел од темата ги давам заклучоците и прилозите. Резултатите ја потврдуваат тезата дека радиото е навистина слушан медиум и има влијание врз подобрувањето на успехот на учениците во основното образование.

ПРВ ДЕЛ

ТЕОРЕТСКИ ПРИСТАП КОН ПРОБЛЕМОТ

1. Поим за комуникација

Комуникацијата има големо значење за човекот и општеството, бидејќи без комуникација не може да се егзистира ниту човекот како социјално битие, ниту пак општеството како човечка заедница. Комуникацијата овозможува развој и пренесување на културата и знаењето, воопшто. Таа претставува неопходна претпоставка за егзистенција на социјалниот општествен систем. Нашата способност да комуницираме и облиците во кои го правеме тоа, често, се сфаќаат како нешто сосема природно, дадено само по себе и разбирливо. Затоа комуницирањето го сфаќаме како базичен социјален процес.

Комуникацијата е елементарна човекова активност кон надворешниот свет, но и кон внатрешното човеково битие. Активноста или неактивноста, зборовите или тишината, сè има вредност на пораката: тие влијаат една на друга, другите пак не можат да не одговарат на ова комуницирање и така комуницираат. Јасно е дека само отсуството на говорот или обраќањето на внимание кон друг не е исклучок од ова што е речено. Кога човек е во преполн ресторан и гледа право пред себе или кога патува во авион и седи со затворени очи на своето седиште - тој комуницира, не сакајќи да зборуваат со никого или пак кој било да му се обрати. Околината ја сфаќа пораката и одговара така како што ја бара тоа лице. Очигледно, ова е една размена на комуникација како и некој жив разговор.

Комуникацијата (лат. *communication*) значи не само соопштение туку и учество, заедништво. Под поимот комуникација подразбираме предавање, преработка и прием на сигнали на живи битија, пред сè човекот. Особена улога во тоа имаат јазичните комуникациски односи, размената на информациите помеѓу луѓето со помош на акустичките и оптичките знаци. Размената на информациите односно комуникациите се врши во различни животни ситуации за стекнување на нови сознанија и пренесување на знаење, образување на свеста и за влијание на меѓусебното однесување на луѓето. Јазичната комуникација подразбира:

а) семантички аспект и

б) прагматички аспект.

Постојат повеќе дефиниции за помот комуницирање. Тие зависат од која област и од кој аспект се третира комуницирањето. Актот или процесот на пренесување се вика *комуницирање*. Постојат теории кои го застапуваат гледиштето дека нема комуницирање доколку кај примачот на пораката не дошло до соодветен одговор односно ефект.

Комуникацијата има големо значење за човекот и општеството, бидејќи без комуникација човекот не може да опстане ниту како социјално битие ниту општеството како човечка заедница. Комуникациите овозможуваат развој и пренесување на културата и значењето, воопшто. Комуникацијата и културата се двете страни на паричката што се нарекува човечки живот.

Комуникацијата е стара колку што е старо човечкото општество. Комуникацијата се развивала низ историјата, во неопходен начин на организирање на човечкиот живот и општествениот поредок. Човекот и општеството се субјект и објект на комуникацијата.

Без оглед на тоа како го одредуваме поимот комуникација, таа во својата основа е составена од комуникатор, порака, код, трансмисија (канал) и примач. Во комуниколошката литература постојат повеќе од 126 дефиниции за поимот комуникација. Сите тие и покрај своите разлики инсистираат на тоа дека комуникацијата е, пред сè, процес. Сепак, човекот развил и низа различни системи на општење кои му овозможуваат општествена комуникација, а секако од тие системи најзначајни се јазикот и говорот. Развојот на јазикот се одржува во мислењето, со јазикот се организира и се развива мислата на поединецот, а како последица на организираното мислење се јавува самосвеста и чувството на општествена одговорност, се изградил системот за етика, се изградиле закони со што човекот станал самосвесно и организирано општествено битие. Благодарение на комуникацијата е овозможен вистински општествен живот и негово

практицирање. Најзначајна функција е социјална и таа значи поседување на заеднички елементи на однесување или начин на живот.

Од бројните дефиниции што постојат за помот комуникација ќе наведеме петнаесет дефиниции што ги издвојува Франк Данс (Frank Dance, 1967).

1. Символи (вербален говор): „Комуникацијата е вербална меѓуразмена на мисли и идеи“.

2. Разбирање: „Комуникацијата е процес со чијашто помош ги разбираме другите, а за возврат настојваме и другите да нè разберат. Таа е динамична, постојано променлива, подвижна во одговорот на севкупната ситуација.

3. Интеракција (однос), општествен процес: „Интеракција дури и на биолошко ниво е вид на комуникација, инаку заеднички акт не би можел да се случи“.

4. Смалување на неизвесност: „Комуникацијата се јавува од потребата да се смали неизвесноста, ефикасно да се дејствува, да се одбрани или да зајакне егото“.

5. Процес: „Пренесување на информации, идеи, емоции, вештини, користење на симболи, зборови, слики, бројки, цртежи. Тоа е акт или процес на пренесување кој обично се нарекува комуникација“.

6. Трансфер и меѓуразмена: „Заедничка е идејата нешто да се пренесе од една работа на друга. Го користиме зборот „комуникација“, понекогаш мислејќи на она што се пренесува, понекогаш на средствата преку кои се пренесува, понекогаш и на целиот процес. Во многу случаи она што се пренесува на овој начин продолжува да биде заедничко. Ако пренесуваме информација на друга личност, тоа не значи дека ја губиме, со тоа што таа преминала кај другиот. Во сооднос со тоа, зборот „комуникација“ исто така добива смисла на партиципација (соучествување). Во таа смисла, на пример, за религиозните верници се вели дека комуницираат“.

7. Поврзување, спојување: „Комуникацијата е процес којшто ги поврзува неповразаните делови на живиот свет заедно“.

8. Заедништво: „Комуникацијата е процес на она коешто било монопол на еден или на неколкумина, сега го прави заедничко за двајцата или групата“.

9. Канал (носител), средство (пат): „Средства за испраќање на воени пораки, наредби итн., преку телефон, телеграф, радио, курири“.

10. Реплицирање на меморија: „Комуникација е процес на водење на внимание на друга личност со цел да се реплицира меморијата“.

11. Дискриминативен одговор. Промена: „Комуникацијата е дискриминативен одговор на стимуланс. На пример, комуникацијата помеѓу две животни настанува кога едно животно ќе создаде хемиска или физичка промена на околината (сигнал) која влијае на однесувањето на другото“.

12. Стимуланси: „Секој акт на комуникација се набљудува како пренесување на информации и се состои од дискриминативни стимуланси, од изворот до реципиентот“.

13. Намера: „Главна, комуникацијата за свој главен интерес ја има онаа ситуација во однесувањето во која изворот пренесува порака до примачот со намера да влијае на однесувањето на тој што ја прима“.

14. Време, ситуација: „Комуникацискиот процес е пренесување од една структурна ситуација - како целина на друга, на поволен начин“.

15. Моќ: „Комуникацијата е механизам преку кој се остварува моќта“.

На крајот од овој список на дефиниции за комуникацијата, Ф. Денс заклучува дека ниедна од овие дефиниции не ги задоволува потребите. Затоа, како што вели тој: „Дали комуникацијата е премногу дефинирана или пак премалку, извесно е дека нејзините дефиниции ги водат и истражувачите и историчарите и теоритичарите подеднакво, во различни, понекогаш сосема

спротивни правци. Без оглед на различниот пристап во дефинирањето на овој поим, во основа овие одредници можеме да ги групираме во неколку елементарни типови. Првиот тип ја набљудува комуникацијата како процес каде што на прво место доаѓа поимот заедништво, дејствување, а во вториот тип таа (комуникација) се набљудува како наговарање, како средство за постигнување на некои намери.

Обично се употребува во начинот на рекламирањето или во политичките говори, на предизборни митинзи итн. Третиот тип е многу поширок и подразбира кој било тип на влијание или одговор. Четвртиот тип ја набљудува комуникацијата како интеракција и во себе ги вклучува систематските теории.

Комуницирањето ги врши следниве три основни функции:

1. Го сведува светот на одредени обрасци и правила;
2. Ја дефинира сопствената позиција во однос со другите луѓе;
3. Му помага на поединецот успешно да се приспособи во средината каде што живее.

1.1. Видови комуникација

Постојат повеќе видови на комуникација меѓу луѓето. Според различни критериуми, комуникацијата меѓу луѓето може да биде: комуникација која е заснована на сигнали и комуникација која ги користи симболите.

Едната ја нарекуваме *сигнална комуникација*. Таа е заснована на паралингвистички знаци, на гласовните одлики што го следат говорот, како што се ритмот и интонацијата на говорот и сл. Симболичката комуникација е заснована на знаковните носители на значењето и нивната комбинација. Симболичката комуникација може да биде симболичка арбитрарна и симболичка иконичка комуникација.

Втората важна поделба на комуникацијата е поделбата на вербална и невербална комуникација.

Вербалната комуникација е комуникација со зборови без оглед на начинот на пренесување на вербалните пораки, усно или со помош на друг медиум. Вербалната комуникација е под контрола на свеста и е поадекватна кога се говори за објекти или други луѓе. Со неа се изнесуваат идеи, таа е во функција на информатор. Преку неа течат информации настани и случувања, состојби, предмети, емоции, ставови, вредности, односно информира за објективното и субјективното. Постојат три функции на вербалната комуникација. Првата функција се однесува на информирање на настаните, состојбите и предметите во објективна стварност. Втората функција се однесува на информирање на емоции, ставови и вредности на субјектите, а третата функција за изнесување на идеи.

Невербалната комуникација може да биде целосно различна и одвоена од говорот. Невербалната комуникација е средство за изразување емоции и внатрешно расположение, заемни интерперсонални ставови, презентер на сопствените особини (особини на личноста). Невербалната комуникација е начин на конвенционално изразување. Таа не само што ја следи, поддржува и дополнува вербалната комуникација, туку може да ја замени. Во тој контекст

сосема со право можеме да кажеме дека разговорот може да заврши, но не може да се прекине невербалната комуникација. Имено, невербалните пораки го менуваат или потврдуваат значењето на искажаната содржина; ја обликуваат искажаната порака; ги заменуваат, дополнуваат и прошируваат содржините кои потешко вербално се изразуваат; ги вреднуваат искажаните содржини и упатуваат на постапност со нив. Вербалната и невербалната комуникација не можат да се одвојат, туку да се проучуваат на нивната дијалектичка поврзаност. Вербалната комуникација е симболичка, а невербалната е сигнална комуникација.

Трета битна поделба на комуникацијата е според тоа дали служи со гласови односно посебни знаци за гласови или не служи. Според тоа разликуваме гласовна и негласовна комуникација. Друг критериум според кој може да се разликува комуникацијата е дали таа се остварува со користење на некои технички средства, звучници или радиоприемници, овој вид на комуникација го нарекуваме *посредна и непосредна комуникација*.

Според квантитетот односно опсегот на комуникацискиот процес разликуваме четири категории на комуникација.

Интраперсонална комуникација е комуникација која субјектот ја има со себе. Таа е „разговор со себеси“. Овде нема интеракција меѓу две личности, туку „моноакција“. Акцијата почнува од индивидуата, се одвива во неа и во неа завршува. Всушност, станува збор за преиспитување, односно интроспекција на сопственото однесување, способности и ставови со што тесно се поврзува со самовреднувањето.

Интерперсонална комуникација е комуникација помеѓу најмалку двајца во услови на физичка блискост, со можност да се користат сите човекови сетила. Интерперсоналната комуникација е непосредна, директна комуникација меѓу две или повеќе личности, лице в лице или со посредство на некој аперсонален медиум. Во интерперсоналната комуникација, една личност презентира содржини на друга личност со цел да влијае на нејзиното однесување и ставови, со што се

обезбедуваат услови за интеракција. Во интерперсоналната комуникација постојат можности за користење на сите сетила и се обезбедува присуство на непосредно повратно влијание, со што станува основен инструмент за развој на сопствениот идентитет и целокупниот развој на личноста.

Во групно комуницирање луѓето се здружуваат во групи од две основни причини. Првите се однесуваат на остварување на заеднички цели и совладување на тешкотиите, а другите се однесуваат на чувството на припадност и сигурност што ги обезбедува припаѓањето на групата. Групите можат да бидат формални и неформални, мали и големи, локални или интернационални. Во однос на карактерот на функциите на групата можеме да разликуваме три типа на групи. Првата се фамилијарните групи коишто обезбедуваат физичка и емоционална сигурност во кругот на семејството. Втората се неформалните пријателски групи. Атмосферата на слободното комуницирање со други лица се создава во пријателските групи што ги карактеризира здружување меѓу еднаквите. Третата група се формалните организирани групи. Во нив спаѓаат училишните и универзитетските групи, професионалните и спортски организации, разните црковни здруженија, клубовите на младите и др.

Масовната комуникација е насочена кон релативно широка, хетерогена и анонимна публика. Во неа пораките се пренесуваат јавно и според карактерот се краткотрајни и еднодневни. Според природата на медиумот, комуникацијата може да биде *персонална* и *аперсонална* комуникација. *Персоналната комуникација* е комуникација меѓу две или повеќе индивидуи без посредство на технички средства. Персоналната комуникација е лична, затоа што во основата на атрибутот е зборот персона (лат. *persona*-ae, личност) што значи лице, личност. *Аперсоналната комуникација* се одвива со помош на технички средства кои се посредници на комуникацискиот акт. Во споредба со персоналната, аперсоналната комуникација не е емоционално богата и не може а се приспособина моменталната ситуација.

Секој акт на масовното комуницирање може да биде поделен на пет елементи. *Комуникатори* што пренесуваат одредена *порака* преку канал на одредена *публика* со некој вид *ефект*.

Масовното комуницирање ги содржи следниве основни карактеристики:

1. Тоа е насочено на релативно широка, хетерогена и анонимна публика.
2. Пораките се пренесуваат јавно, често пати се темпирани да достигнат најголем дел на публиката, истовремено.
3. Комуникаторот обично е претставен во комплексна организација што секогаш бара значајни финансиски средства.
4. Станува збор за формални канали што се дефинирале во масовните медиуми (Груевски, 93 стр.).

1.2. Мас-медиумите како средство за комуникација

За средствата што служат за пренесување на информацијата и за информирање и комуницирање на јавноста се употребуваат повеќе изрази, некои дури и со метафорично значење: „средства за јавно информирање“, „масовни медиуми“, „средства за масовно комуницирање“, „јавни гласила“, „медиуми на општествениот живот“ итн. Најфреквентен ако не и најприфатлив термин кај нас е средства за јавно информирање во кои ги подразбираме: печатот, новинските агенции, радиото, телевизијата и документарно-информативните филмови како основни средства за пренос на информацијата.

Клучна категорија е системот на јавното информирање. Како и во однос на дефинирањето на неговите елементи (информација, комуникација, јавни гласила, субјекти на системот, средства, канали), така и во сфаќањето на системот на масовно комуницирање како што некои го нарекуваат, постојат значителни разлики и несогласувања. Системот на информирање го подразбираме како „збир на институции, канали на комуницирање и различни активности со помош на кои посебни групи на општествената заедница обезбедуваат развој на

информативната дејност, јавност во работата, информирањето, нормативната регулатива, општественото влијание и сл.“ (Plevnik, 157 стр.)

Под поимот информациско-комуникациски систем подразбираме „збир на институции, канали и активности со чијашто помош посебни групи во општествената заедница обезбедуваат принцип на јавност и процес на информирање, како и сите нормативни и други односи кои по тој повод настануваат помеѓу тие институции, канали и групи“ (Груевски, 160 стр.)

Посебна целина во системот на информирањето на една општествена заедница претставува јавното информирање. Овој поим го сфаќаме функционално т.е. како дејност за известување, запознавање на јавноста со одредени видови информации. Известување преку сите средства за јавно информирање (печатот, радиото, телевизијата). Известување на големите заедници, на јавноста, а не на поединците.

Од анализата на оваа дефиниција произлегуваат два суштински елемента:

1. Ширење на информации преку печатот, радиото и телевизијата;

2. Тие информации се наменети за еден специфичен облик на општественост што се нарекува *јавност*. Суштината на јавното информирање ја определуваат карактеристиките на реципиентот, т.е. јавноста која претставува „посебен облик на социјално групирање на релативно трајно активни поединци или групи на политичкиот живот на општеството; околноста што поединците и општествените групи кои се вклучуваат во јавноста се меѓусебно поврзани со заеднички ставови и мислења за јавно релевантните проблеми на заедницата во којашто живеат, укажува на фактот дека јавноста како облик на општественост се структурира брз битно психолошки врски“ (Vlajki, 78 стр.)

Системот на јавното информирање го сочинуваат:

1. Субјектите што комуницираат;

2. Средствата со помош на кои комуницираат;

3. Условите во кои комуницираат.

Во комуниколошката литература среќаваме повеќе класификации на различни модели на масовно комуницирање.

Тие се:

1. Комерцијален модел;
2. Државен модел;
3. Модел на „јавна служба“.

Постојат различни модели на масовно комуницирање, како што постојат различни облици на политички систем. Сите тие имаат и свои карактеристики.

Под поимот медиум во речникот - енциклопедиската литература се подразбира секое средство за комуницирање преку кое може да се пренесува порака или информација од комуникаторот до реципиентот, без оглед на тоа дали во улога на комуникатори односно реципиенти се јавуваат поединци или групи, како актери на комуникациската пракса. Секое средство кое обезбедува со негово посредство да се пренесе порака низ просторот и времето, од изворот до примачите, медиум за комуницирање. На таа цел можат да ѝ служат комуникациски техники, исто така, и извесните органски функции на човекот-функцијата на јазикот, органите за говор и соопштување на пораката.

Поимот масовен медиум (mass medium) претставува средство за масовно комуницирање со чиешто посредство се остварува дифузија на пораката, информацијата од изворот кон неброената маса реципиенти, односно масовната публика. Во масовните медиуми ги вбројуваме: печатот, радиото, телевизијата, филмот и интернетот. Секој од овие медиуми има свои специфични техничко-технолошки својства и е функционално оспособен да ги дифузира, за него, приспособени пораки.

Масовните медиуми во општата комуникациска шема имаат улога на канал за пренос на пораките. Тие се јавуваат како инструмент за пишуваната комуникација: печатот во тој случај претставува само технолошка основа за преведување на јазичките симболи во соодветна графичко-печатарска форма, со цел да се разменат пораки меѓу просторно оддалечените субјекти на комуницирање. Вториот пат тоа е технологијата на радиобрановите преку кои се остварува дифузијата на пораката која ги совладува и просторот и времето со брзина што е својствена само за овој медиум за масовно комуницирање. Тоа е радиото. Трет пат, тоа се технологиите на телевизијата како медиум за масовна комуникација и четвртиот пат е интернетот, односно компјутерски посредуваните комуникации што ја опфаќаат инфраструктурата од меѓусебно поврзани компјутери, компјутерската мрежа што ги опфаќа сите извори на информации: текст, аудио, видео, графикони и др.

Масовните медиуми:

1. Се *различен збир на активности* (создавање на медиумски содржини);
2. Вклучуваат *посебни технолошки конфигурации* (радио, телевизија, весници, книги);
3. Поврзани се за *формално-конституирани институции* или медиумски канали (системи, станици, публикации);
4. Оперираат во согласност со *одредени закони, правила и сфаќања* (професионални кодекси и пракса, публика, општествени очекувања и навики);
5. Тие се продукт на лица кои *заземаат извесни улоги* (сопственици, регулатори, продуценти, дистрибутери, огласувачи, членови на публиката);
6. Пренесуваат *информации, забави, слики и симболи* до масовната публика (Лукас, 54 стр.)

1.3. Печатот како масовен медиум

Печатот е мошне комплексен поим што се должи на неколку причини. Пред сè тој е најстар меѓу масовните медиуми и во својот неколкувековен развој доживеал големи преобразби, така што денешниот печат речиси е неспоредлив со оној од времето на неговите почетоци. Освен тоа печатот е еден од најразвиените медиуми што значи дека постои голема разновидност на печатот според тематиката, периодичноста, функцијата, публиката на која ѝ е наменет, техниката на печатење и др.

Имено, печатот се одредува како општа ознака за весници, списанија, билтени, плакати и други печатени работи што се изработени на печатерска машина или се умножени на некој друг механички или хемиски начин и се наменети за информирање на јавноста. Вистинските весници мора да ги имаат следниве карактеристики:

- 1) Да излегуваат најмалку еднаш неделно;
- 2) Да се умножуваат по механички пат, за разлика од весниците што се напишани на рака;
- 3) Да бидат достапни до секого кој сака да плати одреден износ за нив, без оглед на неговото класно и социјално потекло;
- 4) Да содржат нешто што е од општ интерес, за разлика од религиозните и деловни публикации;
- 5) Да се пишуваат на достапен книжевен јазик;
- 6) Да се опремени во согласност со современиот технички развој;
- 7) Да имаат постојано време на излегување, за разлика од повремени публикации.



Новите технологии се незапирливи и широко применливи, што значи дека печатот мора и може да се сообразува според нив. Оттука произлегува заклучокот дека печатот може да биде загрозен од новите технологии само доколку оди против времето и круто се држи за своите традиционални техничко-технолошки, комуникациски и професионални стандарди. Печатот ја преживеа појавата на електронските медиуми, ја издржува нивната конкуренција, а што се однесува до комуниколошките и другите истражувања и натаму ги побудува нивниот интерес. Од аспект на изворите на информации и методолошките погодности, печатот дури има и несомнени компаративни предности во однос на електронските медиуми.

Пред сè, информациите во печатот се фиксирани, интегрално сочувани и достапни, што не би можело да се каже за програмите на радиото и телевизијата кои, особено во поранешниот период, само фрагментарно се сочувани. Бидејќи е постар медиум, печатот на истражувачите им овозможува да ја следат и да ја проучуваат општествената комуникација во континуитет, во подолг временски

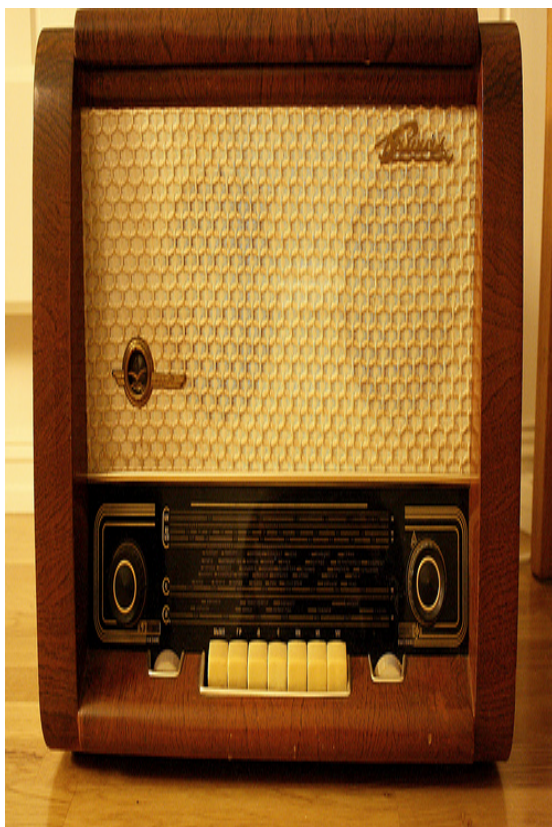
период, а со тоа да утврдат и одредени подолготрајни општествени процеси, промени или тенденции.

Печатот најчесто го читаме сами, индивидуално и во разни околности. Се разбира, сами го избираме весникот што го читаме, што зависи од нашата наклонетост кон одредени жанрови. Со печатот, исто така, се случува промена во начинот со контактирањето со неговата публика. Поради фиксираноста на информациите, содржината на печатот може да биде индивидуално восприемена, што овозможува контактот со него да биде индивидуализиран (на пример, еден весник да биде прочитан од сите членови на едно семејство, но во различно време). (Груевски, 250 стр.)

1.4. Радиото како масовен медиум

Радиото е интимен медиум. Тоа му се обраќа на секој слушател како на поединец. Кога радиото е пуштено за група луѓе, тоа често има функција на звук, онаму каде што се одвива некоја работна активност, каде слушателите можат да се занимаваат со своите лични мисли, свој молчалив дијалог со презентерот на радиото или со свои лични асоцијации.

Слушателите можат радиото да го понесат со себе. Тоа може да прави друштво во кревет, во кујна, во фабрика, во сообраќајниот метеж, на улиците или на автопатот, во некој зафрлен крај на другата страна од светот. Од сите медиуми, радиото нуди најголем потенцијал за градење директен однос со секој член на својата публика.



Појавата на радиото како медиум, најави епоха во која духовното комуницирање меѓу луѓето веќе не ќе биде ограничено на потреба од органска присутност на партнерите што комуницираат со изворот на комуникација. Радиото, како технички медиум и средство за комуницирање, е придобивка на научните достигнувања што се остварени во повеќе земји во светот. Очигледно е неговото дејствување на животот на човековото секојдневие. Тоа е присутно на секој чекор, од рано наутро, па сè до доцна навечер, во домот, на работното место на излет и сл. Затоа овој медиум повеќе ќе биде опфатен во истражувањето на овој труд.

1.5. Филмот како масовен медиум

Иако има теоритичари кои сметаат дека филмот при крајот на вториот и почетокот на третиот милениум доживува ренесанса, сепак поголем е бројот на оние кои тврдат дека златното време на филмот одамна поминало, особено откако се јавуваат технички софисцитираните нови средства (како на пример: телевизијата, видеото, ДВД, компјутерските мрежи), што значи филмот ги живее своите последни денови. Филмот, како медиум за масовна комуникација, навистина веќе претставува минато, и покрај повременото зголемување на бројот на филмските гледачи. Во овој период филмот доживува нови содржини. Најдобра потврда за тоа е појавата на телевизискиот филм, како и снимањето филмови за емитување преку дигитални видеодискови, односно ЦД.



Инаку, филмот како медиум за масовно комуницирање се појавува при крајот на XIX век, кога е откриен кинематографот - уред кој истовремено бил камера и апарт за проекција. Историскиот момент на појавата на филмот како медиум се случил на 28 декември 1895 година, кога браќата Луј и Огист Лимиер во гранд-кафитеријата во Париз организирале прва јавна филмска претстава, при што го прикажале и својот кинематограф. Биле прикажани кратки документарни студии – влегување на возот во станицата, излегување на работниците од фабриките и сл.

Првиот звучен филм е прикажан во 1927 година во Њујорк, додека филмот во боја се појавува во 1935 година. Филмскиот медиум врвот го достигнува во првата половина на минатиот век. Така, во 1949 година во Холивуд се произведени 411 филмови, а во американските киносали се продавани деведесет милиони влезни билети во текот на една недела. (Plevnik, 122-123 стр.)



Со еден збор, непосредните ефекти од филмот во текот на проекцијата можат да предизвикаат шеги, солзи, радост, тага, но филмот не остава трајни последици на ментално-психичката структура на гледачите. Индустијата на филмот и филмската уметност и натаму опстојуваат и покрај тоа што филмот како медиум за комуницирање од средината на минатиот век полека се повлекува пред телевизијата, која влегува во сите домови, прикажувајќи филмови снимени за кино проекции, најпрво го разградува филмскиот медиум, а потоа и пораките што филмот ги испраќа на гледачите.

1.6. Телевизијата како масовен медиум

Појавата на телевизијата, каква денес ја знаеме, многу влијаела на целокупниот општествен развој на човекот. Затоа, често пат, можеме во обичниот говор да слушнеме дека таа е - осмата сила“, по аналогија на „седма сила“ која како поим одамна се употребува за печатот.

Поимот телевизија има корени од старогрчкиот јазик (*tele* - што значи далеку) и од латинскиот јазик (*vizio* - што значи гледање). Во слободен превод би значело гледање на далечина. Своето име телевизијата го добила во 1900 година. Но, својата електронска природа ја примила дури во 1926 година, кога Американецот Фило Фармсфорд ја усовршила катодната цевка. Тоа е основата на електронската телевизија.

Феноменот на телевизијата (да може да се пренесуваат слики по бежичен пат) на науката ѝ бил познат уште пред Првата светска војна. Голем број на научници од повеќе земји (САД, Англија, Германија и др.) во периодот помеѓу двете светски војни ја усовршиле телевизиската техника. Тоа е т.н. експериментална фаза на телевизијата. Првиот ТВ пренос во историјата е остварен во Соединетите Американски Држави во 1925 година. Но експанзијата на телевизијата како медиум или како средство за масовно комуницирање почнува дури по Втората светска војна и тоа од 1941 година во САД.



Во нејзиниот прв период таканаречената експериментална фаза на телевизијата е прифатена како средство за забава, како атракција, а дури во педесеттите години на минатиот век таа станува значајно средство за информирање, за општествено-политичките настани. По 1950 година два настани се особено важни за телевизијата:

- а) Емитирање на телевизиска програма во боја (во САД 1950 год.);

б) Употреба на вештачкиот сателит за пренос на ТВ програмата во меѓународната размена (во 1967 год.).

Емитирањето на првите програми во боја (колор) започнале во САД во 1954 година, а колор-телевизијата доживува голем напредок во шеесеттите години на XX век. (Tirel, 21 стр.)



Телевизијата комуницира со луѓето визуелно. Иако телевизијата може да емитува звуци како радиото и да прикажува текст и фотографии како весниците, сепак, тоа не е најдоброто што може да го прави телевизијата. Најдоброто од телевизијата е нешто што не го можат ниту радиото ниту весниците - да комуницираат со луѓето преку слики што се движат. Сликата е прва и најважна компонента на современата телевизија. Но, за да добијат пошироко значење и да станат телевизија, сликите треба да бидат поставени една до друга. Звукот е втора компонента на телевизискиот јазик. Звуците на телевизијата можат да зборуваат исто толку колку и сликите. Звуците најдобро ја претставуваат

локацијата и атмосферата што владее на таа локација. Следната компонента се зборовите. Во современото телевизиско новинарство зборовите се само водич за сликите и звукот со цел да им се помогне на гледачите целосно да го разберат контекстот.

За да можат гледачите подобро да го разберат телевизискиот прилог, новинарите треба да го пишуваат текстот онака како што ќе можат најдобро да го прочитаат. Секој телевизиски прилог се состои од три главни елементи: почеток, средина и крај/завршок. Почетокот е јадицата на која се лови гледачот за да го гледа прилогот. Важноста на привлекувањето на вниманието на гледачите уште од почетокот на прилогот доаѓа оттаму што гледачот може лесно да го смени каналот ако во почетокот на прилогот не гледа причина зошто треба да го гледа прилогот. Средината на приказната треба да содржи три-четири главни поенти што ќе се покажат визуелно, а не само со зборови. Завршокот треба да биде логичен след на целата приказна, од нејзиниот почеток преку главните поенти сè до последната. Без таков логичен завршок, приказната ќе запре, но нема да заврши.

1.7. Интернет како масовен медиум

На сцена на медиумите се појавија персоналните компјутери. За прв електронски компјутер се смета компјутерот од 1946 година, конструиран на Универзитетот Пенсилванија, познат под името ENIAC (Electronic Numerical Intergrator and Calculator). Негови конструктори се Џон Мокли (John Mauchli) и Преспер Екерт (Presper Eckert).



Првата генерација компјутери траела до 1959 година. Периодот од 1959 до 1964 година е познат како *Втора генерација компјутери*. Корените на појавата на компјутерот, различни групи теоретичари ги лоцираат во различни периоди од развојот на човештвото. Додека некои ги наоѓаат врските во древна Кина, со Абакус, првиот древен инструмент за калкулирање, други почетоците ги лоцираат во периодот кога е пронајден телеграфот, но тоа е еден од историските моменти кога е совладан просторот, кога се поделени комуникациите од транспортот.

Во текот на седумдесеттите години на минатиот век се појавуваат првите комерцијални компјутери за домашна употреба. Во почетокот на осумдесеттите следува „спојување на компјутерите и телекомуникациите“, што според некои автори претставува - „срце на информатичката револуција“. Остварувањето на „културолошките детерминанти“ е потпомогнато и со развивање на WAN (Vide area networks) - (локални цивилни) граѓански мрежи, кои ја градат основата за она што денес е ИНТЕРНЕТОТ – глобална компјутерска мрежа. Со интернетот се поврзуваат глобалните информативни и комуникациски сервиси. Користењето на содржините организирани во фајлови е можно да се одвива оддалеку и тој начин се нарекува телнет. Покрај можноста за користење податоци од далечина, нуди електронската пошта (e-mail)и користење на вести во мрежа.

Интернетот нуди дополнителна можност за комуникација. Internet Relay Chart(IRC) - lerce е можност за директна комуникација на двајца корисници. World Wide Web (WW) вебот е најновиот изум кој овозможува директен и широк пристап до провајдерите на сервиси. Со него е овозможено, преку хипертекст линкови, натамошни поврзувања и користење на информации кои се наоѓаат на други компјутери кои ја имаат улогата на host-домаќин.

Според теоретичарите на современите комуникации, појавата на интернетот овозможува реструктурирање на односот мас-медиум - публика. Некои ја заговараат тезата дека е вратена старата слобода на јавноста, односно дека до појавата на интернетот постоела илузија за „слободата на јавноста“. Друга промена е дека со интернетот е загрозувана разликата меѓу информација и личното

мислење. Интернетот претставува компјутерска мрежа. Овој поим означува одреден број компјутери кои на определени начини комуницираат меѓу себе. Ваквото поврзување им овозможува на корисниците да разменуваат податоци меѓусебе, без оглед на оддалеченоста и географската местоположба. Во случајот на интернет мрежата компјутерите можат да бидат на огромни меѓусебни растојанија, а тоа воопшто да не влијае на начинот ниту цената на користење на оваа услуга.



Со други зборови, станува збор за создавање на еден виртуелен свет во кој се надминуваат физичките растојанија и природни бариери, а секој корисник е рамноправен во поглед на комуникацијата, со другите без оглед каде се наоѓа. Едно вакво решение за комуникација е вистинска револуција, многу слична на онаа што ја започнал Александар Бел. Тој го проектирал уредот без кој денес ретко кој може да си го замисли секојдневниот живот - тоа е се разбира телефонот, кој е зачеток на развојот на телефонските мрежи, кои денес секако се основа за поврзување на интернет мрежата.

Статистичките анализи на активностите на корисниците на интернетот покажуваат дека мрежата денес се користи од повеќе различни причини, кои можат да бидат неформално класифицирани во неколку групи:

- „Талкање“ низ „веб-порталот“ - популарно наречено „сурфање“;
- Барање конкретна информација;
- Воспоставување контакти;
- Купување или продажба;
- Електронско издаваштво;
- Образование;
- Научноистражувачка работа, забава и рекреација.

Серверите на интернет-мрежата нудат голем број различни услуги, како на пример:

– **WWW** услугата – разгледување (или пребарување) на содржини поставени на некој од серверите.

– **IRC-Internet Relay Chat** – овозможува интерактивен „разговор“ на повеќе корисници по пат на размена на текстуални пораки низ канали организирани по теми. (Plenkovic, 113 стр.)

2. Комуникацијата во основното училиште

Основното училиште како главен носител на општото воспитание и образование има посебно место во воспитано-образовниот систем кај нас. Училиштето е современа педагошка заедница во која се планираат, координираат и реализираат програмските содржини со кои се стекнува знаење, се поттикнува развојот на личноста, со цел да се потпомогне вклучувањето на ученикот во општествениот живот во средината во којашто се наоѓа и истовремено да го подготви за идниот живот.

Третманот на комуникацијата во наставата уште во почетокот го наметна прашањето за определување на поимот настава. Имено, наставата е плански организиран воспитно-образовен процес. Воспитанието во потесна смисла на зборот, е процес на изградување на афективните и психомоторни способности на личноста. Образованието и воспитанието, интегрирани во целина претставуваат единствен процес на воспитание кој може да се планира, организира низ формата на наставата. Воспитанието е облик на меѓучовечка комуникација во која се реализира тесна интеракција, насочена кон единствена цел развој на човечката индивидуа. Аналогно на тоа дека воспитанието и образованието се процеси на меѓучовечка комуникација со интеракциски односи меѓу субјектите, може да кажеме дека во наставата, како воспитно-образовен процес, постои комуникација и тече комуникациски процес. Во таа смисла, низ воспитно-образовната комуникација се пренесуваат и стекнуваат знаења и се развива личноста.

Поучувањето во наставата е функционално поврзано со учењето. Учењето на ученикот зависи од поучувањето од страна на наставникот, но и ефикасноста на поучувањето е условено од учењето на учениците. Поучувањето е успешно ако стане непотребно, односно да премине во учење. Од своја страна, учењето како процес на релативно трајно менување на личноста на ученикот и неговата акултурација во системот на наставата, подразбира двонасочна интеракциска комуникација меѓу наставникот и учениците. Преку учењето се усвојуваат нови

содржини, знаења, вредности и ставови, односно процесот на учење е процес на пренесување на информации.



Во реализацијата на наставата во еднаква мера се подготвуваат и наставникот и ученикот, секој од аспект на своите компетенции. Со процесот на подготовка започнува процесот на обработка на новите наставни содржини. Подготовката е активен однос на субјектот кон новите сознанија и отвореност за нови искуства и очекувани промени во однесувањето.

Ова наведува на сознанието дека обработката на хетерогени содржини ќе биде различна, во зависност на специфичностите на материјалот. Заедничката подготовка и обработка на содржините подразбира активна позиција на ученикот во етапите на вежбање, повторување и проверување. Активноста на ученикот во сите етапи од наставата и заедничката работа со наставникот носи обележје на социјално-интеракциска, двонасочна, демократска и соработничка комуникација.

2.1. Комуникацијата меѓу наставникот и ученикот во наставата

Комуникацијата меѓу наставникот и ученикот во наставата има одредени функции. Б.Ф.Ломов определил три функции на комуникација:

- *информативна* - која се изразува преку примање и предавање на информации во богати и разновидни форми и варијанти;

- *регулативна* - која се реализира како „регулација“ на поведението, саморегулација, самоконтрола и самооценка во однесувањето меѓу комуникаторите, формирање на цели, мотиви и програми на поведение, дејства и однесување и афективна, при која на преден план се емоциите, акцентирајќи ја тесната поврзаност;

- *детерминираност* во комуникацијата, реакции и однесувањето.

А.В.Мудрик разликува четири функции: *нормативна* (усвојувањето на нормите на социјално однесување), *сознајна* (комуникацијата како сознаен процес), *емоционална* (комуникација како афективен процес) и *актуализирачка* (комуникацијата како процес на формирање на личноста на ученикот). (Mirascieva:65-66стр.)

Наставната комуникација има повеќе функции: информативна, когнитивна, нормативна, проективна, емоционална, актуализирачка, креативна, оценувачка, контролирачка, коригирачка, стимулативна и перцептивно-дијагностичка. Наставната комуникација, како процес на размена на мислења, оценки, различни погледи на свет, остварува информативна комуникација. Когнитивната (сознајна)

комуникација се остварува преку сознанието низ кое се изградува погледот на свет, се формираат погледи и убедувања и очекувања според образецот на реалниот свет. Креативната функција ја остварува низ можноста при воспоставување контакти и управување и контролирање на сопственото однесување. Исто така, наставната комуникација има и оценувачка функција, која се појавува низ дејствувањето на оценките и мислењето за квалитетите, ориентациите и однесувањата во комуникацискиот процес. Контролирачката функција ја реализира како своевидна контрола на позицијата, активностите и однесувањето на ученикот, а коригирачката, преку дејствување на убедување, оценки и мислења на наставникот врз погледите, претставите и ориентацијата кај учениците. Перцептивно-дијагностичката функција на комуникацијата во наставата се изразува преку изградување на сопственото „јас“ во личноста на ученикот, неговата состојба и внатрешно доживување.

Анализата на обидите за определување на функциите на комуникацијата не упати на следново:

- Комуникацијата меѓу наставникот и учениците во наставата има информативен карактер (учениците добиваат најразновидни информации од науката, уметноста, техниката и технологијата, литературата и сите општествени достигнуања);

- Таа е конативен карактер, преку комуникацискиот однос учениците добиваат сознанија за светот што ги опкружува и случувањата во него;

- Комуникацијата меѓу наставникот и учениците е афективно обоена. Низ процесот учениците ги искажуваат своите чувства и ги разменуваат со наставникот;

- Таа е регулатор на целокупниот наставен процес, не само на образовниот дел, туку и на воспитниот;

- Фактор е во развојот на личноста, зашто низ комуникацијата се создаваат услови за социјализацијата на личноста (почитување на другите), истовремено

овозможува индивидуализација, затоа што се придава значење на индивидуалните разлики, способности и мотиви. Низ процесот на комуникација, секоја индивидуа има можност да ги изрази сопствените ставови и вредности, убедувања, да го изрази сопственото „јас“, но и истите да ги формира на комуникациски процес;

- Низ процесот на комуникација ученикот партиципира како субјект: го развива вербалното изразување, го збогатува речникот, формира позитивни карактерни особини, како доследност, самодоверба, самопочит, храброст во искажувањата на сопствените ставови и мислења;

- Го вежба невербалниот израз и го усогласува со вербалниот;

- Преку комуникација се добиваат сознанија за постигнувањата на учениците.

Во таа смисла, текот и квалитетот на наставната комуникација директно зависи од неговата личност, стил на однесување и однос со учениците. Рот говори за два меѓусебно различно изразени стилови на раководење, *автократски* и *демократски*. При автократскиот или авторитативниот - еден е водач, тој решава сам, сам ги определува задачите, начинот на нивната реализација, одлучува кој каква задача ќе добие, сам оценува, малку или воопшто не се советува. При демократскиот стил на раководење, сите учествуваат во поставување на задачите и нивно решавање, имаат можност да влијаат на изборот на задачите кои ќе ги работат и можат заеднички да го оценуваат успехот.

Успешната комуникација со ученикот е детерминирана од однесувањето на наставникот. Со своето однесување, дури и кога не е свесен, секогаш емитува одредени пораки, кои учениците на различни начини ги обработуваат и преработуваат. Така доколку наставникот е смирен и трпелив, гласот ќе биде смирен, ќе говори течно, со поглед упатен кон учениците. Кога наставникот шета во училницата и ја следи работата на учениците покажува заинтересираност. Позитивните сигнали во однесувањето на наставникот создаваат работна

атмосфера, го зголемуваат емоционалниот набој што го покренува интелектуалниот мотор на ученикот и активирајќи го добива соработник и активен субјект. Наспроти тоа, кога наставникот седи на катедрата, постојано гледа во часовникот, нестрпливо очекувајќи го своето и крајот на часот, а на неговото лице се чита замор, покажува досада, тогаш негативно влијае на ученикот. Во такви услови, ученикот го „имитира“ наставникот. Значи стравот, досадата, заморот и нервозата негативно влијаат врз ученикот.

Друг детерминиран фактор на комуникацијата во наставата е ученикот. Како објект, ученикот претставува индивидуалност која се развива и менува, согласно со воспитните цели. Истовремено е субјект, личност која се развива врз основа на своите природни сили, способности и можности, обединувајќи ги потребите и мотивите кои се јавуваат. Ученикот е воспитаник, во потесна смисла на зборот. Всушност, станува збор за индивидуа во развој, кој е способен за унапредување на општествениот живот. Имајќи го предвид фактот дека заради постигнување на наставните цели е нужен комуникациски однос меѓу наставникот и ученикот, соработката меѓу нив во наставата е повеќе од неминовна. Токму од нивото на успешност на таа соработка зависи квалитетот на улогата на ученикот како фактор во наставата. Ученикот ја изразува својата субјективност низ наставно комуницирање, во етапа на реализација на наставата, во етапа на обработка, вежбање, повторување.

Средствата за поттикнување се разликуваат по вид, интензитет, цел и вредност. Се однесуваат на бодрење и храбрење, пофалби, награда, казна, соопштувањена резултатите или повратна информација, според теоријата на информации. Бодрењето и храбрењето во наставната работа се дава за позитивни резултати во работата при комуницирање. Ги мобилизира сите потенцијали на ученикот и овозможува максимален напредок. Доколку ученикот го почувствува наставникот, дотолку неговото бодрење и храбрење за него има поголемо значење и мотивирачка улога. Може да биде изразено на различни начини: со зборови, насмевка, допир на раката и др. (Bratanić, 97 стр.)

Со пофалбата наставникот го искажува своето задоволство од истрајноста на ученикот на работата постигнатите соодветни резултати и го мотивира на натамошна работа. Пофалбата од наставникот е исклучително важен и силен мотиватор, иако нејзините резултати зависат од успешната примена. Пофалбата може да биде усна или писмена, поединечна или јавна, да се дава во текот или на крајот од работата. Наградата е најсилно позитивно средство за поттикнување. Наградата му дава моќ на наставникот. Доколку учениците имаат некоја желба, потреба, беспомошни се и зависни, реагираат на наградата. Наградата треба да биде она што ученикот навистина го посакува, притоа да не ги обесхрабри оние кои се трудат, а немаат добиено такви награди. Наградувањето го зголеми чувството на самосвест, но потребна е и голема внимателност за да не прерасне и добие натпреварувачки карактер.

Покрај позитивните, постојат и негативни поттикнувачки средства, критиката е една од нив. Критиката е прекор, приговор, забелешка, осуда. Прекорот е исказ на незадоволство од постапките на ученикот, укажува на неговата грешка и е очекување за правилни постапки и однесување. Ако наставникот често ги прекорува учениците, тие ќе се навикнат на тоа и повеќе нема да го „слушат“. Прекорот може да се изрази вербално и невербално, со гнев на лицето, тажен поглед, нијанса на гласот, „ладно“ држење на телото. Друго негативно поттикнувачко средство е навредата. Навредата е вербална, со зборови. Навредата може да биде изразена преку: гестови, гримаси, мимики, телесни казни, како тегнење за уво, удирање по рамо, глава и др. Покрај навредата, казната се јавува како негативно поттикнувачко средство. Казната предизвикува чувство на непријатност, вина и срам. Казната не смее да биде средство за понижување, туку средство за зачувување на општествените норми и развој на учениковата индивидуа. Затоа, мора да биде индивидуална и различна.

2.3. Комуникација меѓу наставникот, учениците и родителите

Успешната комуникација меѓу наставникот и учениците е определена и од родителите. Родителите се посреден комплексен фактор кој е во нераскинлива врска со учениците. Начинот на кој родителите комуницираат со своите деца има примарно значење во неговиот развој и неговото однесување во училиштето. Првите односи во семејството ги моделираат, поттикнуваат или ограничуваат сите натамошни контакти со другите луѓе. Доколку во семејството владеат демократски односи и истите се изразуваат преку слободата на децата да говорат за тешкотиите и конфликтните ситуации со своите родители, отворено да ги искажуваат своите ставови и искрено да ги резентираат своите чувства, дотолку таквиот однос ќе го воспостават со својот наставник.

Исто така, комуникацијата меѓу наставникот и ученикот е условена од ставот на родителите кон училиштето и наставникот, и нивното мислење. Ставовите и мислењата родителите ги изразуваат преку однесувањето на нивните деца-ученици. Комуникацијата меѓу наставникот и учениците е определена од типот на родителите. Премногу грижливите родители го попречуваат слободниот развој на своето дете, уништувајќи ја во него самодовербата, храброста, што резултира со инвалидност, зависност и неспособност, плашливо и мрзливо дете. Строгите и амбициозните родители не ја почитуваат личноста на детето, неговите потреби, способности и можности, интереси и желби. Ваквото однесување може да предизвика отпор и агресивност кај нивните деца во понатамошниот развој, што е пречка во комуникацијата со другите, вклучувајќи го и наставникот.(Mirascieva:85стр.)

Улогата на родителите во процесот на комуникација не треба да се запостави, од причина што семејството е првата средина во која детето воспоставува одредени односи и го започнува својот прв комуникациски контакт. Атмосферата во семејството, животот, работата и односите во него треба да бидат така организирани и средени, што ќе влијаат позитивно на ученикот.

3. Радиото како средство за комуникација во основното училиште

Радиото и слушателите се во постојана комуникација, што не е случај со другите средства, телевизија или весниците. Силните психолошки врски меѓу радиопрограмата и слушателите во голема мера се резултат на непосредниот жив говор што доаѓа токму преку радиобрановите. Живиот говор ги крие тајните на разговорите лице в лице кои во себе ги содржат димензиите на искреност, доживеаност, убедливост и автентичност.

Публиката на радиото е најмногубројна. Ја има од сите возрастни групи, од различни степени на образование, од сите професии и занимања, меѓу најбогатите и меѓу најсиромашните. Слушателите на радиото може да се поделат на публика на информативни радиоемисии, на музички радиоблокови, на образовните програми и содржини, потоа на публика на национално и на локално радио и слушатели на меѓународните радиомрежи.

Радиото е неуморлив деец во напорите да се биде подобар денес од вчера, да се биде побогат, пообразован, похуман, попродуктивен.

Радиото е неуморлив деец во напорите да не се биде сам и осамен, туку да се биде свет што допира друг свет. (Vlajki, 22-23 стр.)

Да, живиот збор на радиото е незаменлив. Тоа е и причината што радиото го слушаат слушатели од најразлични возрасти. Посебно, радиото е присутно меѓу учениците во основното образование. Учениците неретко комуницираат со радиоводителите. Учествуваат во различни програмски појаси и ја збогатуваат програмата.

Секако, на учениците во основното образование најпривлечни им се детските емисии, особено ако се тие контактни. Во тие емисии учениците ги рецитираат најдобрите песни што ги напишале, учествуваат во квиз натпреварите, вршат избор на хитот на денот и сл. Преку јавувањата во контактните емисии, учениците од ден на ден стануваат сè покреативни.

Впрочем, една од најзначајните функции на радиото е комуникацијата и воспитно-педагошката компонента. Во тие рамки посебно треба да се истакне улогата на радиото за комуникација со учениците од основното образование, но и наставниците.

Со комуникацијата на радиото и учениците во основното образование се овозможува учениците подобро да се снаоѓаат во секојдневието и на останатите другарчиња да им го пренесуваат она што го слушнале на радиото. Затоа, радиото никогаш не ги губи своите слушатели, особено не најмладите.

3.1. Појава и развој на радиото

Техничката и технолошка структура на радиото е оформена во првите децении во XX век, иако може да се каже дека и пред овој период имало и други начини за комуникација. За почетоките на развојот на радиото има повеќе различни податоци. Според едни, првото радио што се појавило во светот е она во Петесбург во 1917 година. Првиот глас што бил слушнат преку етерот бил на Ленин, кој им се обратил на граѓаните. Има и уште еден податок. Радиото почнало да се користи од 2 ноември 1920 година во Пистбург, САД, кога биле следени и претседателските избори.

Во идните две година во САД се појавиле преку 500 радиостаници. До 1926 година, свои програми имале Канада, Австрија, Британија, СССР, Франција, Белгија, Чехословачка, Шпанија, Германија, Југославија, Финска, Италија, Јапонија, Мексико, Полска, Индија. Денеска нема држава каде што не се емитуваат радиопрограми. Во тој период е потпишан и Женевскиот план за да има некаков ред во етерот. Во тоа време, Југославија имала потреба од развој на радиодифузијата. Покрај радиостаницата во Белград, радиостаници биле инсталирани во Загреб и во Љубљана. Подоцна, од Женева се побарале нови фреквенции за Скопје, Осиек, Бања Лука и Сараево. Во 1931 година е дадена првата фреквенција за Скопје, но бидејќи Женевскиот план имал клаузула да се даде фреквенција за држава, што значело дека покрај Србите, Хрватите и Словенците, требало да се признае дека има и Македонци. Поради таа клаузула, Југославија не ја отворила радиостаницата во Скопје сè до 1941 година, со седиште во Маџари. Но, со бомбардирањето на Македонија, Бугарите ја присвоиле за свои цели оваа радиостаница. Официјално ние го прифаќаме македонското радио во 1944 година, затоа што тогаш за првпат од нашата територија, на наш македонски јазик, се слушнала радиопрограма. Тоа биле тешки почетоци на македонското радио. (Minkov, 18-19 стр.)

Од првите денови на појавата на радиото за комуникација, можело да се забележи, а во социјална практика да се види, каква е моќта на радиото. Моќта на

радиото на почетокот на големо го искористиле тројца големи политичари, лидери, Ленин, Адолф Хитлер и Френклин Рузвелт, за да ги афирмираат своите политички активности, што и ден-денеска го прават политичарите.

Иако подоцна се јавува и телевизијата во некои држави, меѓу педесеттите и шеесеттите години од минатиот век, сепак радиото не било поттиснато, а тоа може и сега да се забележи. Радиото и натаму има предност над телевизијата, печатот и филмот. Радиото и натаму останува медиум број еден за брзо и ефикасно пласирање на настаните што се случуваат околу нас, за што понекогаш не е потребна и никаква подготовка. Со појавувањето на фиксната и мобилната телефонија и натаму програмите, особено оние живи јавувања од настаните, најбрзо стигнуваат преку радиото до слушателската публика. Радиото е доста евтино, бидејќи за него можат да се вложат и десетпати помалку средства за техничко-технолошката инфраструктура, за разлика од телевизијата, која е многу скапо средство за работа. Исто така, и опремата за радиото е многу поевтина од телевизијата. Затоа и радиото е најраспространето како медиум за комуникација. Секое домаќинство има по еден или повеќе радиоприемници.

Зборот радио води потекло од латинскиот збор *radiare*, што во превод означува зрак. Во техничка смисла, тоа значи пренос на сигнали преку радиобранови. Од тој збор се извадени повеќе зборови (кованици, сложенки), според она што го означуваат тие се: радиотелеграфија, радиотелефонија, радиофонија (пренос на говорот по бежичен пат), потоа радиодифузија (пренос на говорна и музичка програма наменета за пошироката јавност).

Во историјата на човештвото, радиото односно употребата на радиото во функција на јавното информирање е релативно нова појава. Но, со својата улога и влијание мошне силно се наметнува врз животот на човекот. Радиото станува доминантно гласило меѓу медиумите и истовремено неопходност речиси за секој граѓанин во цивилизираното општество. (Feldmann, 88-89 стр.)

Радиото како акустично средство едновременно се слуша и разбира. Усно искажаниот збор на радиото до слушателите испраќа разновидни информации, предизвикува емоционално дејство, невидливото го прави видливо. Радиоговорот по својата природа е дијалог. Секогаш пред себе го има радиослушателот. Има огромна можност на влијание (притисок) врз аудиториумот, врши „општествен дијалог“, води разговор со секој посебно и со милиони слушатели истовремено. Од психолошки аспект, радиото дава можност за мошне интимно, искрено комуницирање со слушателите кои ги води директно на настанот и им помага точно да ја доловат атмосферата на тој настан. Радиото најчесто го изнесува првиот удар, телевизијата и печатот го развиваат и закрепнуваат успехот. На планот на однесувањето, радиото може да го ориентира слушателот во средината, да му даде програма за делотвореност, да го огради од социјалните несакани последици.

Радиото е непосреден, брз и итен пренесувач на содржини кои овозможуваат оперативно искажување. Се обраќа до широк аудиториум со гласот од државните и општествените јавни работници, новинари, писатели, луѓе од сите можни професии. Со таквата моќ, радиото како најбрз, најдинамичен и најдоминантен медиум за комуницирање е присутно за секој дом, училиште, салон, трговија итн.

Резултатите на неговото дејствување, пред сè, зависат од:

1. Природата на радиопрограмата, успешноста преку радиото да се артикулира *“референтниот став за сите членови и сите нивоа на јавноста. Став кој ќе претставува фактор за социјална кохезија и интеграција на сите индивидуи и колективности”*;
2. Техничките карактеристики за масовен проток на информативни содржини;
3. Социјалните, културолошките, уметничките и другите цивилизациски карактеристики за восприемање и вклучување во комуникацискиот процес на сите нивоа. (Feldmann, 56 стр.)

Радиото преку своите најосновни функции: информативната, едукативната, и културно забавната не само што ја престигна печатената информација (печатот) туку има можност да се стави и во функција на побрз и посеопфатен пренесувач на оделни релевантни мислења, ставови, решенија.

Имајќи предвид дека хронологијата, најопшто сфатена како наука за определување на времето на настанувањето на појавите, едновременно е и прецизен индикатор за развојот на истите, ја користиме како аргумент кој во развојот на електронските медиуми укажува на постоењето на веќе цврсто изграден развој во функција на човештвото, на цивилизацијата. Токму таквата насока не трпи отстапувања, односно точниот регистар на повремени застои, изместувања и искривувања дополнително укажува на нивната кусовечност пред благородната цел и придобивка на појавата сфатена во функција да им служи на интересите на целото човештво, на сите, а не само на поединци или групи.

Во 1831 година – Мајкал Фарадеј (Mishael Faraday) експериментирајќи за магнетната индукција ги навести (најави) електромагнетните бранови;

- 1864 година Џемс Максвел (James Clerk Maxwell) теоретски го потврдува постоењето на електромагнетите бранови;

- 1883 година Хајнрих Херц (Henrick Hertz) експериментално ги докажува електромагнетните бранови; Паул Нипков изработува механички диск со кој се остварува разложување на сликата на местото на предавањето и нејзино повторно сложување на местото на приемот;

- 1889/1892 година - Никола Тесла го разработува преносот на електромагнетните бранови на висока фреквенција;

- 1890 година – Михајло Путин го реализира детекторот на електромагнетните бранови; Јулиус Елстер и Ханс Гајтел го најавуваат откривањето на камерата;

- 1897 година – Карл Фердинанд Браун (Karl Ferdinand Braun) ја открива катодната цевка;

- 1901 година – Гиљелмо Маркони (Guiglielmo Marconi) го патентира бирачот на фреквенции;

- 1907 година – Борис Росинг и Кембел Суитон замислуваат телевизиски систем со употреба на катодна цевка;

- 1909 година-од Ајфеловата кула во Париз е емитуван сигнал на времето за општ прием;

- 1914 година - (28 март) од Белгискиот кралски дворец е емитувана првата музичка програма.

Седумдесетгодишните базични трудови во електрониката од Фарадеј до Маркони неминовно го испровоцираа човештвото од најава до можност за комерцијализација. Од преносот на електромагнетните бранови се појавија прво: телеграфијата, потоа телефонијата, па радиото и телевизијата.

- 1919 година (на 6 ноември) започнува емитувањето на првата музичка и говорна програма на холандската радиостаница ПЦГГ.

Во историјата на развојот на радиото достигнувањата до 6 ноември 1919 година имаат третман на експериментални дострели, а со овој датум се означува започнувањето на првите вистински радиостаници кои емитуваат редовна програма.

- 1920 година (2 ноември) радиостаницата КДКА од Питсбург го започнува редовното емитување на програмата. Почетокот е строго наменски и со повод – се соопштуваат резултатите од предизборната претседателска трка. Значи, на почетокот, најпрвин за време на Првата светска војна а потоа и во мирновременски услови се насетува силното влијание на радиото, бидејќи истото се става во функција на медиумско дејствување во интерес на политиката.

- 1922 година, на 2 ноември, во Англија започнува со работа БИ-БИ-СИ (British Broadcasting Corporation), а по неколку дена и радиостаницата во Париз, во Франција;

- 1923 година со редовна работа почнува радиостаницата Kenigsvusterhauzen во Германија на 29 октомври, а до крајот на истата година и радиостаниците во Швајцарија, Австрија, Белгија, Финска, Норвешка и Шпанија;

- 1924 година (февруари) од Раковица кај Белград во Србија започна со емитување радиотелеграфска станица;

- 1928 година – Владимир Зворкин го патентира иконоскопот главна цевка во ТВ камерата;

- 1931 година – за Скопје е добиено меѓународно право на исклучителна фреквенција - *„исклучителна фреквенција според Женевскиот план од 14 ноември 1926 година, во Европа се доделува на секоја земја“*; (Street, 19 стр.)

- 1935 година - во Германија започна редовното пренесување на телевизиската програма. Истата година и во Франција, а наредната во Англија. Во САД телевизиската програма започна да се емитува од 1939 година.

- 1941 година (на почетокот) значи цели десет години подоцна почна со работа радиостаницата Радио Скопје со статус релејна радиостаница во рамките на државното претпријатие. Од 1941 година од Москва програма емитува Радио Југославија. На оваа програма за првпат низ етерот е пренесен и македонскиот јазик.

Радио Скопје е првиот електронски медиум на просторот на Македонија. Од почетокот е со статус на релејна радиостаница. Низ законската регулатива во повоениот период се здобива со инженерции покрај сопствениот развој да го организира и развојот на радиодифузијата на целиот простор на Републиката- како во смисла на покривањето со радио и телевизиски сигнал, така и во поглед на обезбедување на содржини за жителите на целата територија. Тоа неминовно

ја наметнува потребата во согласност со органите на власта на државно и општинско ниво да го организира развојот на електронските медиуми.

На 28 декември 1944 година по првпат низ етерот во Македонија прозвуче препознатливото во децениите што следува и одамна легендарното „Зборуе Радио Скопје“ на првиот директор, новинар и репортер на овој денес респективен медиум, Владо Малески - Тале во директниот пренос на историското Второ заседание на АСНОМ.

Точно еден месец по тоа историско „Зборуе Радио Скопје“, на 28 јануари 1945 година започна и редовната програма на Радио Скопје со првата емисија на македонски јазик, а потоа и на албански и на турски јазик.

Во архивата на Македонското радио ќе биде запишано и ова:

„Во тие величествени времиња на подем и ентузијазам, физиономирањето на радиото се одвиваше паралелно со изградбата на државните институции. Постојано растеше потребата од проширувањето на програмата, а со неа растеше и малиот новинарски колектив. Целокупната дневна програма на Радио Скопје во 1945 и во 1946 год. изнесуваше осум ипол часа дневно, а во неделите десет и пол часа. Притоа, на говорната програма што ја подготвуваа новинарите на Радио Скопје, изнесуваше околу три и пол часа дневно. Програмата на Радио Скопје во тие две години ја опслужуваа 39 новинари, музичари, техничари и друг помошен персонал. (Ninesk, 30-31 стр.)

Емисиите од првата програмска шема на радиото ги подготвуваше малуброен новинарски состав. Се настојуваше преку радиото слушателот да пренесе директно и на скопскиот плоштад од каде што беше реализиран и првиот директен пренос на првوماјска парада. Говорната програма настојуваше на слушателот да му даде информација за животот на Македонија, да го информира за сè што се случува во тогашната Југославија и надвор од неа, во странство. До крајот на 1949 година Радио Скопје веќе имаше директни преноси од 220 настани.

Истовремено, со низа емисии програмата на Радио Скопје презеде обврска да биде активен фактор во просветувањето, образованието, воспитувањето и културното издигање на својот се многуброен аудиториум. Притоа, посебна грижа се водеше за чистотата на јазикот и во тој поглед се постигнати најкрупни резултати и постарите, а особено младината и децата, да го негуваат чистиот, мајчин, македонски јазик.

Во годините што следуваа Радио Скопје постојано растеше и се развиваше. Се форираат редакции, сектори, се воведуваат нови емисии, започнува снимањето радиодрами, се збогатува музичкиот фонд и веќе на педесеттите години на минатиот век Радио Скопје стана вистинска радиостаница, која беше рамо до рамо со другите тогашни југословенски радиостаници.

Но натамошниот забразан развој на Радио Скопје беше прекинат со катастрофалниот земојтрес на 26 јули 1963 година, кој до темел ја разурна зградата во која беше сместено радиото на „Марковска“ 17. Набргу се формира и Втората програма, чиј наследник е денешното Радио 2, се воведуваат и емисии за нашите сонародници во странство, а на 28 декември 1979 год., на 35-годишнината на Радио Скопје, започна и емитувањето на Третата програма на Радио Скопје.



По земјотресот во Скопје 1963 година – „Радио Скопје“

Македонското радио претставува прв програмски сервис или како што неговите вработени го нарекуваат Македонско радио - Радио Скопје, Втор програмски сервис - Радио 2. Истовремено, тоа претставува вистинска слика на Република Македонија како мултиетничка и мултикултурна земја, во која сите граѓани и национални заедници можат да се информираат и да се образуваат на својот мајчин јазик и да ја негуваат својата култура и традиција.

Шест и пол деценскиот растеж на Македонското радио е одбележан и со подеми и со падови. Но, никогаш не се дозволило да падне под нивото што значи нарушување на најосновните новинарски принципи на објективност и професионалност. Напротив, во време на појава на голем број електронски медиуми кои артикулираат различни економски и политички интереси, во време кога граѓаните се во дефицит на професионално издржани и непристарсни информации, Македонското радио покажа дека може да биде медиум во градење на професионалните новинарски и етички стандарди.



Веднаш по појавата на Македонското радио, во Македонија во почетокот на педесеттите години од минатиот век се јавија нови електронски медиуми. Во Македонија почнаа да зрачат 29 нови државни електронски медиуми во повеќе градови. Овие медиуми беа незаменлив сервис на граѓаните. Во почетокот на деведесеттите години во Македонија заживееа и трговските електронски медиуми. Во Штип покрај Радио Штип се појавија и Национално трговско радио, Радио на ромски јазик, Радио на турски јазик и непрофитно Универзитетско радио „УГД ФМ“ на Универзитетот „Гоце Делчев“. Така сега во Македонија бројот на радијата е повеќе од 200. За жал, поради неприменливи закони, особено на Законот за

радиодифузија, донесен во 2005 година, речиси сите 29 државни радиостаници згаснаа, па многу градови останаа во информативен мрак.

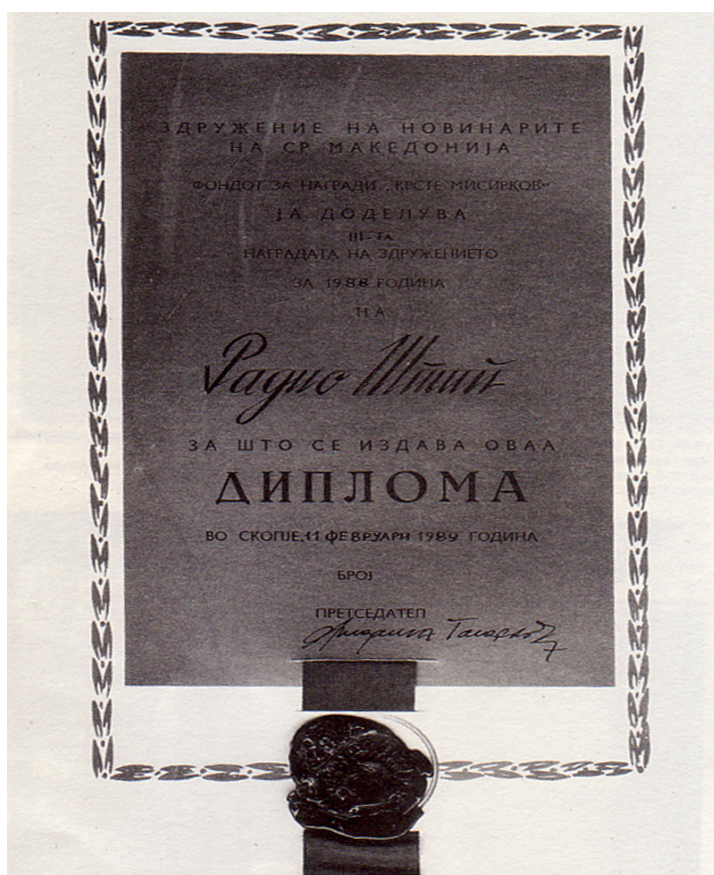
3.2. Појава и развој на Радио Штип

Први мај 1960 година е ден на раѓањето на Радио Штип. Токму од тој ден започнува редовното емитување на програмата на Радио Штип, со реализација на радиопреносот од првوماјската парада. Меѓутоа, почетоците на Радио Штип датираат од порано. Во 1959 година Народна техника - Штип го задолжува Благој Петров да го конструира предавателот со кој радиото ќе може да ја емитува програмата. Благој Петров, основоположникот на Радио Штип, од стари засилувачи и друг материјал успева да создаде предавател со моќност од 3 до 5 вати, преку кој на 15 април 1959 година од неговиот дом низ етерот беше емитувана музика и говор.

Во првите десет години програмата на Радио Штип траеше до три часа дневно, а сега таа трае 24 часа. Да се биде на местото на настанот, во фокусот на интересирањето на јавноста беше основна определба на работата на Радио Штип. Радио Штип ја задржа ориентацијата да биде радио на слушателите. И во овој период го задржа својот интегритет и идентитет на информативно-политичка, воспитно-образовна, научно-популарна, забавно-хумористична и спортско рекреативна програма, со развиен претек на сервисни информации и економско-пропагандни пораки. Фактот што секојдневно на програмата на Радио Штип се јавуваат илјада слушатели, според една анализа на македонски телекомуникации во Штип, најдобро зборува за слушаноста на Радио Штип.

Програмата на Радио Штип целосно е отворена за слушателите. Можеби тоа е и основната причина што радиото има слушатели од сите краишта на Македонија. За развојот на Радио Штип придонес имаат сите вработени. Сепак најголем е придонесот на слушателите. Без нивно учество во програмата, Радио Штип не би бил она што е сега.





Радио Штип е синоним за едно добро работење. Најдобра потврда за тоа се наградите и признанијата. Редакцијата на Радио Штип е добитник на највисокото признание на Здружение на новинарите на Македонија - наградата „Крсте Мисирков“, која се доделува за исклучителни резултати во новинарството. Речиси на сите „Денови на македонското радио“, Радио Штип ги освојува врвните признанија. Факот што низ секојдневната програма на радиото продефилираат над илјада слушатели најдобро зборува за квалитетот и слушаноста на програмата. (Наумовски, 14 стр.)

3.3. Улогата и значењето на Радио Штип во едукација на учениците

Додека некои медиуми круто се држат за своите програмски шеми, тоа не е случај со Радио Штип. Можеби тоа е причината за неговата слушаност во последните 20 години. Радио Штип е секогаш на местото на настанот. Репортерите директно се јавуваат од настаните и ги информираат слушателите.

Треба да се истакне дека комуникацијата со слушателите во утринските часови и во саботите и во неделите е најголема со учениците од основното образование. Радио Штип ја емитува специјализираната емисија посветена токму на учениците од основното и средното образование. Најмладите слушатели кои се најверни на радиото ја креираат таа емисија, со изборот на хит на денот, со што се овозможува и меѓусебно запознавање на учениците кои комуницираат преку радиобрановите. Учениците беа тие кои ги избраа најслушаните детски хитови во Македонија, кои и денеска се слушаат преку радиобрановите. Тоа беа детските песни *Тина татина*, *Никола Никола* и др.

Мора да се спомене дека учениците преку Радио Штип се запознаваа и со значењето и на хуманоста. Преку ова радио, учениците за првпат почнаа да слушаат, а потоа и да учествуваат во хуманите емисии. Учениците секогаш беа први кога требаше да се помогне некому, пред сè во собирањето парична помош, исто така и не е мал бројот на оние кои собираа стари алишта и ги носеа во црвениот крст.

Преку Радио Штип учениците можеа да комуницираат и со бројни познати музички имиња. Учениците поставуваа прашања на гостите а тие им одговараа. За разлика од други радија, Радио Штип беше единственото радио во Македонија кое емитуваше контактна емисија на влашки јазик. Ова емисија ја уредуваа исклучиво ученици од основните училишта во Штип, во кои влашкиот јазик се изучуваше факултативно. Емисијата траеше по еден час неделно цели 17 години, сè до 2009 год. Во емисијата се јавуваа ученици од различни националности. (Наумовски, 15 стр.)

Учениците од основното училиште беа драги гости во утринските часови, кога во контактните појаси презентираа свои лични творби, гатанки, читаа песни од познати автори, рецитираа и сл.

3.4. Предности на радиото

Предноста на радиото во однос на печатот како средство за комуницирање е во брзината на информирањето. Тоа е резултат на нивните различни „техничко-технолошки својства за комуницирање т.е. нивната функционална способност да пренесуваат на нив приспособени информации“.

Во што е специфичноста на радиото, односно во што се состои неговата предност? Тоа се:

- Можноста за истовременост (директен, жив пренос) или многу брзо соопштување на информацијата за настаните;
- Можноста за константно (од час во час, дури од минута во минута) следење на текот на настанот кој трае подолго и има исклучително значење;
- Автентичност, изворност (со звук, говор) известување за настаните.

Модерното новинарство ги применува сите споменати предности. (Kaznev, 25 стр.)

На радиото зборуваат „потрошувачите“, значи слушаат - не читаат како во весниците и не гледаат како на телевизијата. Тој факт создал, само по себе, некои специфичности во работата на радио новинарите. Во печатот - новинарите пишуваат, а радионовинарите - говорат. Во печатот човекот треба да биде писмен за да стане новинар, на радиото треба да умее и убаво да зборува за да стане новинар. И еден друг квалитет се стекнува со учење (иако талентот игра значајна улога). Според тоа, специфичноста на радионовинарството лежи во јазикот на соопштувањето на информацијата. Основни правила на пишување на радиото се: да се биде краток, непосреден и едноставен. (Slavkovic, 95 стр.)

Да се пишува за печатот и да се говори преку радиото или телевизијата - тоа се две различни работи и од гледиште на новинарското творештво.

Новинарството на радио бара и користење на т.н. радиофонски средства. На прво место, незаменлив е живиот збор. Радиото и слушателот се наоѓаат во постојана комуникација, што не е присутно кај другите средства за комуницирање. И радиото не го остава слушателот рамнодушен, па го следи во секој негов чекор, во секој негов дел од животот.

Големите можности на радиото, како медиум, доаѓаат до израз во живото документирање на една фактичка состојба. Придонесот на радиото е во брзината. Радиото е во можност веста, настанот и сл. да го јави, да го пренесе истовремено како што се одвива, а на слушателите „да ја илустрира“ звучно, со вистински шумови, изјавите на актерите, што секако остава впечаток на непосредност и уверливост. Предноста на радиото, исто така, е во тоа што него можат да го слушнат и неписмени, немоќни, слепи луѓе, а исто така, и оние во зафрлените краишта на земјата.

3.5. Функции на радиото

Радиото како и останатите медиуми за комуницирање, во секој свој дел ги исполнува медиумските функции: Информативна, насочувачка, рекреативната, образовната итн. Специјализацијата и диференцијата на радиото може да се подели според следниов принцип:

- По територијален принцип: локално, регионално, национално радио;
- По тематско-содржински принцип: политичко, музичко, забавно-рекреативно радио и др.
- Според публиката, односно сегментот од аудиториумот кому му е наменета програмата, може да биде: младинско, студентско радио, пропагандно за странство, на странски јазик, информативно радио и др.
- Според сопственоста постои: државно радио, приватно, непрофитно.

- Според говорот или звукот, во најново време постои говорното радио, каде што програмата е составена само од говор, во целодневната програма и музичко радио или комбинирано. (Feldmann, 33-34 стр.)

Најзначајното изразно средство на радиото е говорот. Ако на својата публика не може да и се обраќа со говор, дискутабилно е дали некој сака да го слуша радиото. Слушателите би можеле да слушнат: звуци, звучни ефекти, музика, тишина. Тоа се невербалните средства со кои ќе се служи овој медиум. Но, второто прашање би било што е со зборовите, говорот и гласовите, кои исто така се составен дел на радиото? Како може да се емитуваат вести, актуелности, телефонски вклучувања на слушателите, во контактната емисија или пак да ја споменеме радиодрамата како исклучителен жанр, одговорот би бил дека без нив радиото би ја изгубило смислата.

Во програмите на радиото се присутни: зборови, говор и гласови.

Говорот е примарно средство на радиото, но и невербалните средства, како што се звуците и музиката, се составен дел на тој медиум. Без говор, радиото би било навистина хендикепирано. Но, исто така и без звуците, музиката и тоновите, како невербална компонента на комуникацијата, радиото би било досадно, стерилно и нереално.

Радиото, како медиум со својата презентација на информативните содржини, секогаш ги предизвикува своите рецепиенти на различни реакции. Тоа особено се остварува кога слушателите се идентификуваат со одредени сцени и случувања.

Невербалните изразни средства што се користат во подготовката на радиопрограмите се употребуваат благодарение на комуникативната техника, односно на радиофонската технологија на секој медиум.

Познато ни е дека повеќе од луѓето го слушат радиото во текот на сите општествени активности. Луѓето се чувствуваат подобро, тие и подобро функционираат, даваат подобри резултати, нивното психичко здравје е на повисоко

ниво во зависисност од тоа кога поединецот е препуштен сам на своите мисли. Стравот што се појави во првите години од создавањето на овој медиум –радиото е базиран на претпоставката дека ќе биде само во прилог на глас во животот на неколкумина луѓе. Но, на крајот радиото базиран на глас и пред сè на вербалната форма на комуникација почнува да се користи во сите сфери на човечкиот живот.

Радиото како динамичен медиум во однос на појавата на телевизијата успеа да го заджи својот статус и продолжи со истата присутносост и пристапност. Со оглед на тоа дека радиото е бесплатно за повеќемина луѓе, можеме да заклучеме дека се заснова на четири основни својства:

- Радиото е застапено насекаде со многу малку енергија, волја и желба може да го слуша секој и тоа на глобално ниво.

- Бесплатност - Веќе спомнавме радиото е бесплатно за повеќето луѓе и затоа тоа е најраспострането.

- Невидливост - Иако голем број од задачите што ги извршуваме кои се придружени со звукот на радио приемникот, ни остава доволно простор да ги извршиме секојдневните задачи без вознимиреност.

- Непосредност - се рефлектира врз основа на слушателот и испраќачот на порака кој ни дава топлина и пријатност во однос на примената содржина на пораката. (Brecht, 18-19 стр.)

Радиото се базира врз основа на политички, забавни, информативни и други способности. Вербално може да ни прикаже секоја од нив со помош на серија ефекти, звукот, со помош на глас, бучава, ние добиваме визуелен впечаток така што не ни е ни потребно слика. Ние се фокусираме на гласот кој во нас останува подолго отколку сликата што ни предонесува ние брзо и лесно да ја сфатиме содржината на пораката.

4. Новинарскиот прилог како дел од целината

При подготвување на новинарскиот производ и посебно при неговото пишување потребно е да се води сметка дека прилогот е и ќе биде дел од една целина во дадениот медиум (програмата на радиото). Таквото сознание наложува определени постапки кои ќе помогнат побрзо, полесно и пофункционално да се подготви прилогот. На пример, ако прилогот се појавува како дел од поширока анкета за определно прашање, нема да се кажува дека гласилото реализира намера да се собере повеќе мислења за некое прашање, туку директно ќе се оди на сопственото кажување – цитирање на соговорникот и сл.

Чувството, односно сознанието за припадноста на авторовиот прилог во една целина наведува и на размислата да се води сметка за квантитативните моменти, должина на прилогот, потребата и можноста, неопходноста од негово вклопување во целината, што ќе се случува ако прилогот биде скратуван или, пак ако е покус, а има потреба да биде подолг и на тоа слично. (McQuail, 67 стр.)

Друг аспект за размисла е кога конкретниот новинарски прилог се појавува како текст од низата што се однесува на истиот проблем или на истата проблематика (настан, факт, изјава). Го отвора прашањето дали во него треба да се каже и тоа што „знаат врапчињата“. Ако се определи да не се кажува директно, би требало да се најде начин на кој тоа ќе биде присутно, како тоа да биде заменето.

Секогаш треба да се најде или кус начин да се каже изминатото или тоа да се проникне низ конкретниот текст, ама ниту по обем, ниту по значење да не го надминува нивото, тоа што е предмет на актуелниот новинарски производ. Конкретниот новинарски производ треба да води сметка за својата целовитост.

4.1. Приспособување на прилогот за негово објавување или емитување

Текстот се организира за конкретниот медиум. Поаѓаме од ситуација дека текстот е напишан, лекториран, одобрен од надлежен уредник. Така за печатот е потребно да се размисли за неколку важни моменти: да се направи насловната конструкција (наднаслов, наслов, поднаслов) да се процени дали како придружба на текстот може да се појави фотографија, табела, графикон или цртеж.

Кај прилогот наменет за радиото е потребно да се мисли во тон, па при изговарањето на текстот да се обезбеди добро напишаното да биде и добро кажано – разбирливо, добро акцентирано, со јасна дикција, со нагласување или без тоа и слично. Да се процени музичката завеса на прилогот текстот да се емитува придружуван од музички тон, се разбира со задача да се обезбеди синхронизираност, хармоничност, функционалност, содржински, програмски, медиумски ефект. (Slavkovik, 75 стр.)

Кај телевизиската програма текстот треба да биде изговорен, кажан според правилата за добро интерпретиран текст од авторот. Посложена е ситуацијата кога треба да се мисли и во слики или да се проценуваат можностите за илустрирање на прилогот со филмски елементи. Дали преку целиот текст ќе се појави и слика или само на делови од него, кога е оправдано и прифатливо авторот да говори во живо (во камера), потоа да се понуди табела, графикон, цртеж, да се користат можностите на кајронот (текст напишан со букви кој се емитува на ТВ-екранот) и овде да се понуди своевидна насловна конструкција, потоа музичка завеса или музичка постела. Задачите се помногубројни кај телевизијата, но барањата се да се постигне синхронизираност на сите појавни елементи и моменти, хармоничност, усогласеност.

5. Живиот збор на радиото

Производот на радиото е комбинација на звук и тишина. Звукот се состои главно од музика или од човечки глас. Без оглед на тоа дали се базира на музика или на говор, радиостаницата обично развива свој сопствен „глас“, не само преку џингловите, па дури и преку тајмингот, расположението, интонацијата, степен на варијации (или нивниот недостаток) во стилот на презентацијата, методот на пакување на претходно снимениот материјал, смислата на ургентност, за хумор.



При пишување за радиото, треба да се применува правилото: пишувај кратко, брзо јасно и говори едноставно и разбирливо како што зборуваш. Во теоријата на новинарството се говори за разликите во изразувањето во весниците, на радиото и на телевизијата: „Радиото говори во секој момент, на страниците на печатот - весниците останува да се каже еднаш дневно, а телевизијата е должна да покаже, очигледно, како се случило тоа“.

Поимот **кратко** значи користење едноставен директен јазик и реченик, директен начин на кажување што соодветствува на народното барање „кажи ми го тоа со два збора“. Краткото изразување бара избирање тип реченици со кој се објаснува со помалку зборови, со најнепосредно кажување на суштината на нештата. Краткото значи дека со правилен избор треба да се намали бројот на употребени зборови. Спротивно на краткоста се: развлеченоста, долго траење, недоволна организираност и многу празни одови.

Принципот **брзо** наложува максимално можно скратување на времето од случувањето до моментот кога се објавува веста. Суштински, тоа барање се состои во постигнувањето кус временски рок на организирање на мислата, на нејзино претворање на новинарски производ. За радиото во современи услови за работа постои речиси совпаѓање меѓу случувањата на настанот и веста за тој настан. За радиото не се дозволени бавно, мрзливо, ненавремено, задоцнето информирање.

За да се постигне **јасно кажување** е потребна чиста мисла која ќе биде пријатна за публиката. Тоа значи дека е неопходно да се почитува создајното ниво на слушателот. Не треба да се остави простор за двоумење, за двосмисленост или за повеќесмисленост. За да се постигне тоа, потребно е да се усогласи тонализацијата, акцентирањето и истакнувањето. Ако не се каже јасно, тогаш ќе биде конфузно, непрецизно, неразбирливо, неразбрано и во краток случај ќе ја изгуби смислата на своето постоење, така што ќе нема оправданост за упатување на пораката до публиката (примач на пораката). (Street, 22-23 стр.)

Пишувањето за радиото треба да звучи исто како секојдневниот говор. Меѓутоа, пишувањето за радио повеќе личи на пишување текст за музика. И двете задачи ја наметнуваат потребата за конструирање на јазикот во визуелна форма (пишување) и за комуницирање во орална форма (зборување или пеење). Исто како и текстовите за музика, пишувањето за радио се придржува до моделите за користење на јазикот (соодветен речник и формулирање на структурата на реченицата) што публиката очекува да го слушне. Новинарот на радио не зборува туку говори. Тогаш пораката што им ја испраќа на слушателите претпоставува:

- Познавање на јазикот (чување и негување на стандардите на литературниот јазик и граматиката, малите грешки и лошата граматика можат да ја расипат приказната, најверојатно во иднина слушателите нема да му веруваат на новинарот).

- Дobar речник (степен на образованието и лични залагање за развој на сопствените интереси и интелектуални капацитети).

- Новинарот да има што да каже (и да научи како да го каже тоа). На радио се кажува само еднаш. Напишаниот текст треба да се разбере уште од првпат. Токму поради тоа за радио се пишува на особено разберлив радиојазик. (Feldmann, 73 стр.)

Совладувањето на лекцијата за тоа како треба да биде структурирана реченицата во еден текст за радио претставува една од најважните вештини во пишувањето за радио. Постојат два типа пишувачи: оние што само пишуваат и оние што можат да го направат истото. Ако еден од основните принципи на користење на јазикот на радио е едноставноста во пишувањето, тогаш се поставува прашањето: како новинарот знае дека она што го напишал е доволно едноставно? „Пишувај со усните! Тоа значи прочитај го својот текст на глас. Всушност, добро е кога кога новинарот се обидува да ги искаже речениците на глас пред да ги стави на хартија.

Не треба да се заборава радиото е медиум што се слуша, а не што се чита. Приказната за радиото е патување во звукот и целата мора да биде во еден тон! Најголемата разлика меѓу пишувањето за радио и за печат се состои во должината на приказната и деталите. Додека новинарите во печатот пишуваат стотици, па дури и илјадници зборови за некоја конкретна приказна, само некои од приказните за радио имаат по 100-тина зборови. Приказната за радио, без изјавите, може да трае 20-тина секунди. Повторното и повторно пишување на текстот на една тема претставува вистинска уметност на кондензирање.

Едноставно, кратко, разбирливо, прецизно пишување со користење активно време. Реченицата во текст за радио треба да биде кратка: прочитувањето еден ред од новинарскиот текст во просек трае пет секунди. Во текстовите за радио најдобри се едноставните реченици. Секоја содржина подмет и прирок, односно субјект и глагол. Слушателите можат да ги поврзат елементите

на една приказна ако таа е презентирана јасно и концизно. Тие очекуваат важни информации во прости реченици. Една од грешките во пишувањето за радио е употребата на пасивните глаголи. Во радио се пишува така што субјектите се тие кои прават нешто. Активната форма му дава живот на текстот.

Користење сегашно време. Во пишувањето за радио повеќе се користи сегашно време. Новинарот во печатот обично пишуваат во минато време. Значи: тој/таа вели... Од друга страна, радиото има интимен „вие сте таму“ квалитет што придонесува и користење сегашно време.

Користење примери. Информацијата што содржи примери е многу поприемлива за слушателите во споредба со информацијата што содржи само апстрактни термини. На пример, ако сакаш да кажеш дека децата ја сакаат својата учителка, тогаш покажи на каков начин тие ја изразуваат својата љубов.

Објаснување, опишување. Треба да се запомни дека слушателот нема претходно знаење на некоја тема исто како и новинарот. Затоа се користат зборови што може да ги разбере.

Избегнување жаргон. На пример, официјалните лица, власта, ќе изјават дека во еден конкретен случај детето добило негативен поттик од својот родител, а не дека добило ќотек! Јазикот на адвокатите, службениците, наставниците не треба да го инпресионираат новинарот за својата приказна. Затоа се препорачува-парафразирање. На слушателите треба да и се даде јасна слика за тоа што се случува во приказната. Радиото не трпи знаци, наводници во веста, двосмислености.

Странски зборови, статистики, бројки и табели. Во јазикот на радионивинарството странските зборови треба да ги има колку што е можно помалку. За да разбере слушателот која е темата. Но, очигледно разлика меѓу радиото и сите други медиуми има во презентирањето бројки. Ако во печатот тие можат точно, прецизно да бидат напишани, на радио бројките се редоцирани до двоцифрени. Или кога на бројките им се дава живост, ставајќи ги во позната

секојдневна терминологија, приказната ќе биде порелевантна и поинтересна за слушателите. (Flesch, 56 стр.)

Во поголем дел од теретските промислувања, новинарските жанрови се групирани како: вест, извештај, интервју, сторија, коментар, статија итн. Во сите важи правилото дека најнапред мора да се пишува точно. Зборовите и имињата мора да бидат изговорени правилно. Адресата мора да биде проверена. Изворите мора да бидат цитирани без искривување. Податоците (броевите и зборовите) мора да бидат проверени двапати. Информациите и изјавите мора да бидат поткрепени со изворот на информацијата.

Веста на радиото мора да биде максимално концизно и јасно напишана и разбирливо и јасно изговорена. Во најголем број на случаи, веста на радиото се емитува без најава и затоа треба да биде направена според принципот на свртена пирамида, односно во првата реченица да се одговори на најбитното прашање од содржината на веста. Веста на радиото не поднесува преголемо деталзирање, не трпи преоптовареност со податоци, туку го бара најбитното од битното.

Радиоизвештајот мора максимално медиумски да се организира, со автентичен звук од настанот, со цитирање, со живи изјави од учесниците на настанот. Останува како неопходност кажувањето за радио кога се емитува извештај да води сметка дека слушателот треба да го разбере од едно единствено слушање.

Коментарот за радиото треба да биде изговорен од авторот кој низ говорењето ќе долови, ќе понуди уште нешто од она што е кажано. Можно е радиокоментарот музички да се дизајнира, со кратки музички вметнувања, но тоа е пожелно да се прави само доколку се постигнуваат нагласени ефекти.

За **радиорепортажата** е значајно медиумски максимално да се оформи. Тоа подразбира:

- говорење на текстот со доживеаност, со душа, со акцент и подвчекување, со емоции;

- обезбедување автентичност на атмосферата со оригинални тонски записи, со изворни изјави, со автентичен звук;

- барање „драмски момент“ - течење на дејството, заплет, комуникација, расплет, при што не се препорачува таков логичен ред и распоред на тие моменти.

Хајдпарк на радио - Радиото отсекогаш ја имало моќта најбргу и најдиректно да допре до граѓаните, до своите слушатели. Насекаде во светот, па и во Македонија, меѓу најслушаните програми се отворените радиопрограми во кои граѓаните можат да комуницираат на зададени теми или според слободен избор со водителот во студиото или со неговите соговорници. Телефонските врски овозможуваат директно учество на граѓаните во радиопрограмата. Тоа од новинарите - водители бара голема концентрација за да може да ја одржува контролата на отворените радиопрограми. Во отворени програми се можни инциденти од типот на навреди, разни вулгарности. Во некои студија постојат технички уреди кои за неколку го одложуваат директното емитување во етерот, значи мало одложено емитување што му дава на водителот можност да исклучи нагласено вулгарен слушател. Но, и без тој уред, водителот треба да знае навреме да го прекине слушателот со таква намера за што во широката слушателска јавност ќе има поддршка за своите потези.

Неопходно е да се знае како треба да изгледа профилот на личноста на радиоводителот за тој да биде прифатен и слушан од публиката? Зошто е важно тоа? Поради тоа што пренесувањето на пораката зависи од квалитетите на личноста што ја пренесува. Целта на една радиоемисија е да биде точно пренесена пораката, па не е сеедно какви елементи треба да содржи во својот говор една успешна т.н. вокална личност.

Проценувањето на личноста на радиоводителот започнува со анализа на гласот, што истовремено е и најдилекатната анализа. Говорот на радио мора да звучи убедливо. Водителот на емисијата не само што мора да биде подготвен за

содржините туку мора да биде сигурен во себе, концентриран и убедлив. Терминот вокална личност подразбира некој што му е познат на слушателот според говорот. Вокалната личност е збир од говорни, вокални карактеристики или особини што ги имаат слушателите во својата свест кога го оценуваат водителот што зборува на радио. Радиоводителот има три цели што треба да постигне кога и го дава својот глас на приказната. Тие се:

- Јасност - фразите и акцентите треба да бидат во функција на јасно разбирање на приказната и се нагласуваат зборовите кои ја илустрираат суштината на приказната.

- Промена – нивото на гласот, ритамот и паузите треба да се менуваат како што тече и се менува мислата во приказната. Говорењето треба да биде живо и мелодично.

- Хуманост – гласот на радиото ја рефлектира живоста на умот и мислата. Не треба да звучи механички, туку треба да го води начинот на кој се движи мислата, но и чувството за приказната. Говорењето на радио треба да биде спонтано, природно и динамично не компјутерски генерирана монотонија. (Tomis, 33 стр.)

Вистина е дека водителот се проектира себеси во етерот и не постои правилен или погрешен начин како се одвива тоа. Различна публика, различни водители. Некои своите симпатии ги насочуваат кон непосредните, весели водители, а други ќе го запомнат водителот кој плени со својот хумор, позитивна енергија и остоумноста со кои наутро ги буди. Добриот водител му е добро друштво на слушателот. А за тоа треба да открие што мислите и чувствувате. Неискреноста ги оддалечува слушателите. Не ве слушаат.

Станува збор за добар баланс, комуникацијата водител на емисија (без разлика дали ве буди наутро, ве следи во текот на денот или го слушате навечер)-публиката). Искусните радиоводители велат дека микрофонот и новинарот пред него е некаков магичен однос. Но, најголемаата магија е во тоа да се има што да

се каже, да се знае како да се каже тоа и да има реакција (фидбек). Слушателите бараат од добриот водител воспоставување комуникација, што произлегува од психофизички особини на слушателите и карактеристиките на личноста што ја соопштува пораката.

Најзабележителни особини на водителот важни за слушателите се:

- бојата на гласот;
- брзината /темпо на говор;
- правилна артикулација;
- акцентот.

- Според барањата на слушателите, особините на водителот му помагаат на оној што слуша правилно да ја декодира пораката и притоа да доживее пријатно акустично доживување. (Prager, 118 стр.)

- Вкупниот звучен впечаток кај публиката се гради врз основа на експресивните карактеристики:

- Интерпретативни карактеристики (соживување, осмислување на она што се кажува), мелодичност на реченицата, леснотија во соопштувањето, точно толкување на она што е запишано и живост во кажувањето);

- **И**нтонациски карактеристики: висина, јачина и боја на гласот, брзина-темпо на говор;

- Изговорни карактеристики: артикулација - изговор и акцент;

- Свкупен впечаток: убедливоста на она што го кажува новинарот.

6. Анализа на радиопрограмите

Информативни емисии: Во последните години меѓу информативните емисии на радиостаниците во Македонија емисиите *вести* заземаат сè подоминантно место. „Радиовеста има карактер на суров материјал наменет за изградување сопствено мислење на слушателите“. (Нинески, 106 стр.) Истовремено се инсистира на повторување на важните вести во текот на денот, но има залагање во рамките на вкупната радиопрограма-информативните емисии да не одземат повеќе од 6 до 8 проценти, освен во исклучителни случаи.

Коментарот е присутен кај радиостаниците. Редакцијата преку коментарот се обидува на слушателите да им презентира став кој содржи оценка за еден настан, појава, манифестација. Радиослушателот има потреба од таков коментар за актуелно-политичката состојба. Актуелните прашања, проблеми, состојби, појави во микросредината се неизбежен предмет на анализирање и коментирање на новинарите на локалните радиостаници.

Радиостаниците емитуваат и таканаречени емисии *најави и сервисни (тековни информации)*. Станува збор за куси најави на настани што се очекуваат во текот на денот (обично се емитуваат наутро), но и информации од усложен (тековен) дневен карактер, на пример: за времето, за состојбата со загаденоста на воздухот, снабденоста со леб, млеко, и слично. Најавите и сервисните информации имаат за цел да се стават во функција на рутинско (вообичаено) дневно однесување на граѓаните.

Контактни емисии - Во структурата на дневната програма на радиостаниците во Република Македонија многу силно и на голема врата влегуваат контактните емисии. Ги сретнуваме, пред сè, како информативни-контактни, но и како контактни музичко-забавни, комерцијално-ревијални, спортско-рекреативни и слично. Во нив се воспоставува дијалог на релацијата: радио-радиослушател. Радиото традиционално им се обраќа на граѓаните. Денес и граѓаните му се обраќаат на радиото. Се воспоставува жив комуникациски

процес. Од една страна радиото, самостојно и со помош на стручни компетентни, официјални гости, а од друга - слушателот, директно преку микрофонот прашува, гласно размислува, укажува, сугерира, бара, се согласува, негира, реплицира. Бидејќи радиото има силна моќ која овозможува истовремено да се слуша и да се разбира информацијата тоа во контактната емисија преку директната комуникација создава комуникациски процес кој мошне често резултира со нови позитивни решенија.

Едукативни емисии - во структурата на вкупната програма на радиостаниците во Република Македонија заземаат значајно место. Ги има за бројни области од секојдневното живеење. Во поглед на слушаноста се мошне популарни што се мери според активното учество во истите од страна на радиослушателот. *„Радиото создава училница со прозорец во светот, со волшебен килим ги пренесува учениците во други земји, во други делови и во нови различни услови на мислења и во сосема нови културни простори... Радиото го презентира и интерпретира настанот додека е актуелен, пред тој да стане историја, додека учебникот тоа не може... Тоа што е авијацијата за транспортот, тоа е радиото, во својата најцелосна смисла на зборот, за образованието...”* (Tomic, 110 стр.)

Детските, училишните, младинските, студенските емисии - Постојано се менуваат во зависност од осовременувањето на вкупната надградба, но посебно на развојот на електротехничките можности, пред сè во функција на воспоставување на комуникациски процес меѓу радиото и радиослушателите. На тој план се постигнати значајни резултати. Меѓутоа, „амбицијата да се замени наставникот“ е мошне далечна. Давајќи определена помош на радиослушателите од овие целни групи всушност ги активираат во образовниот процес, ги надградуваат во насока на слободно комуницирање со околината. Ваквите резултати се од понов датум, поточно, по оспособувањето на радиостаниците и едуктивните програми да се организираат како комуникациски процес во кој

активно учествуваат сите чинители на тој процес чиј резултат се стреми кон стекнување нови знаења.

Емисии за историјата и минатото – Се емитуваат главно во претпладневните програми на радиостаниците. Тоа се емисии кои потсетуваат на историското минато. Посветени се на значајни настани, личности од сите области на животот, а кои оставиле траги во животот и развојот на подрачјето. Емисиите, по правило се куси, до 10 минути, а се презентираат во строго одредени термини и под определени наслови: „На денешен ден“, „Времепплов на...“, „Монографија на ...“ и слично.

Емисиите од областа на *културата и уметноста*, исто така, се мошне присутни на радиото и предизвикуваат особен интерес кај радиослушателите. Преку овие емисии огромен број на веќе формирани творци ги направиле своите први чекори во литературата, филмот, театарот, новинарството... Дури половината од говорните емисии отпаѓаше во одделни временски интервали на радиоемсиите во кои учениците читаа сопствени литературни творби, пееја, глумеа и сл.

Музичко-забавни емисии: Од најстари времиња функцијата на музиката е прифатена како висока вредност: да буди чувства, активности, да создава дух, да влијае смирувачки, да разнежува, релаксира. „*Музиката истовремено е непосредно манифестирање на нагон и инстанца тој нагон да се смири...*“ (Tomic, 115 стр.). Најголемиот дел од своите програми локалните радиостаници го исполнуваат со музички емсии. На програмите на радиото се застапени музичко-забавни емисии со народна музика, застапени се и уметничките обработки вокално-инструментална музика од страна на афирмирани автори-вокални групи и солисти и млади талентирани пејачи од нашава земја и од светот. Значителен дел од емисиите со музичко-забавни и релаксивни содржини на радиостаниците се водителско-контактни. Се емитуваат во живо и речиси секојдневно воспоставуваат комуникациски процес со бројни радиослушатели од бројни возрасни и социјални слоеви.

7. Релевантни истражувања

Во поранешна Југославија, а и во слободна и независна Македонија, ретки се истражувањата за радиото како медиум за комуницирање во основното училиште, односно за влијанието на радиото во воспитно-образовниот процес. Радиото, наставниците и учениците секојдневно се во заедничка врска, но и со најширокиот аудиториум. Радиото и слушателите, а во тие рамки и наставниците и учениците, се во постојана комуникација. Публиката на радиото е најмногубројна, ја има од сите возрасни групи, од различни степени на образование од сите професии и занимања. Меѓу најверните слушатели на радиото се и вработените во образованието и учениците. Пособно треба да се истакне воспитната и педагошката улога на радиото за децата од претшколска но и од школска возраст, кои се и негови целни групи. Наставниците, преку радиото, уште повеќе го доусовршуваат своето знаење, што е и во рамките на проектот за доживотно учење. Наставниците на часовите, при предавањата, ги дообјаснуваат методските единици и со она што го слушнале на радиото, за учениците полесно да ја сфатат содржината на темата која се обработува. Затоа, таквите часови на кои наставниците применуваат и дополнителни примери од радиоемисиите се поинтересни за учениците. Таквите предавања имаат и позитивен ефект кај учениците на крајот од учебната година. Со еден збор, улогата на наставникот во примената на радиоемисиите при реализацијата на наставните содржини, донесува позитивни резултати. Ова, пред сè, се однесува на радиоемисиите во кои се нагласува воспитно-образовната функција. Затоа, неминовно се наметнува потребата, преку радиото и другите електронски медиуми, да има поголема застапеност на воспитно-образовни емисии, особено во термините кога учениците се дома. Треба да бидат застапени детски програми, читање и рецитирање на стихотворби, бајки и приказни кои се составен дел во програмите на деветгодишното основно образование. Со ова ќе може и целосно да се реализира образовна компонента кај учениците од страна на наставниците. Според истражувањето што ги реализира во својата книга Зоран Матевски (Матевски, З., 2000) *Масмедиумите и наставата* (Скопје: Здружение на социолозите на РМ,

стр.165) биле анкетирани 295 ученици кои следиле повеќе радиоемисии. Според неговата анкета биле следени емисии во шест жанрови. Анкетата покажала дека учениците најчесто ги слушат музичките емисии, па образовните, училишните програми и сл. Еве како изгледа неговата табела:

Програми	Многу често	Често	Понекогаш	Никогаш
Информативно-политички	8 (2,7%)	45 (15,0%)	130 (43,3%)	114 (38,0%)
Образовни	24 (9,3%)	85 (28,3%)	151 (50,3%)	35 (11,7%)
Училишни	28 (9,3%)	88 (29,3%)	141 (47,0%)	59 (13,0%)
Документарни	22 (7,3%)	43 (14,3%)	139 (46,%)	88 (29,%)
Научно-популарни	46 (15,3%)	68 (22,7%)	120 (40,0%)	56 (18,7%)
Емисии од културата	40 (13,3%)	67 (22,3%)	133 (44,3%)	52 (17,3%)
Драмски емисии	54 (18,0%)	66 (22,0%)	128 (42,7%)	42 (14,0%)

ВТОР ДЕЛ

МЕТОДОЛОШКИ ПРИСТАП НА ПРОБЛЕМОТ

1. Предмет на истражување

Предмет на истражување во овој магистерски труд претставува радиото како медиум за комуницирање во основното училиште. Беше потребно да се направи едно вакво истражување поради недостаток од податоци во нашата држава.

Јасно е дека наставниците се вистински професионалци и извршуваат конкретни и сложени задачи. Ако се анализираат законските регулативи со кои државите го уредуваат образованието како сфера на општествена дејност ќе се воочи дека наставничкиот професионален ангажман се однесува на: планирање, организирање, водење, менторирање, евидентирање, анализирање, собирање и обработка на податоци. Сите овие работни активности подразбираат воспоставување на интеракциски однос со различни субјекти внатре во институцијата, надвор од неа, а се однесуваат на примената, процесуирањето на информации, како и на аналитичко-истражувачките работи, односно директно се поврзани со исполнување на функциите на училиштето.

Во Република Македонија постои изразена тенденција за напуштање на индивидуалистичката позиција на наставникот. Наместо пасивен и осамен реализатор на наставните содржини тој прераснува во креативен учесник во средината во која работи. Во тие рамки, наставниците во воспитно-образовниот процес применуваат и примери од радиото при реализација на наставните содржини. Наставниците во Република Македонија имаат можност своите компетенции да ги нагласуваат во неколку области во училишниот живот.

Инаку, радиото во основното образование има примена по часовите од I до V одд. Во прво одделение радиото се користи по предметите македонски јазик и музичко воспитување. Во II, III, IV, и V одд. радиото се користи по предметите Македонски јазик, Музичко и Природа и општество.

2. Цели и задачи на истражувањето

Од предметот на ова истражување произлегува и целта, а таа е да се испита слушаноста на радиото како медиум за комуникација во основното училиште.

Од предметот и целта произлегоа следните задачи:

- 1. Да се испита колку просечно учениците и наставниците го слушаат радиото;*
- 2. Да се испита дали наставниците го користат радиото како медиум за усовршување на своите знаења по одредени наставни содржини;*
- 3. Да се испита кои содржини на радиопрограмата најмногу сакаат учениците да бидат застапени;*
- 4. Да се испита што најчесто сакаат да слушат учениците и наставниците на радиопрограмата.*

3. Хипотези на истражувањето

Од предметот и целта, а врз основа на задачите, произлегоа следниве хипотези:

Општа хипотеза:

Слушаноста на радиото како медиум за комуницирање во основното училиште влијае врз подобрувањето на воспитно-образовниот процес.

Посебни хипотези:

- 1. Претпоставуваме дека учениците и наставниците не слушаат радио;*
- 2. Претпоставуваме дека наставниците не го користат радиото за усовршување на своите знаења по одредени наставни содржини;*

3. Претпоставуваме дека најмногу учениците сакаат да бидат застапени образовните емисии на радиопрограмата;

4. Претпоставуваме дека учениците и наставниците на радиото најчесто ги слушаат училишните програми.

3. Методи на истражувањето

Во истражувањето се користат дескриптивната метода во облик на опис, анализа и генерализација.

4.1. Техники и инструменти на истражувањето

Од техниките во истражувањето се користат: анкетирање и систематско набљудување. Од инструментите се користат: анкетни листови и протокол за следење.

Анкетните листови (прашалникот) е наменет за наставниците и учениците од прво до петто одделение од деветгодишното основно образование во основните училишта. Прашалникот се состои од 12 прашања од различен вид. Со примената на овој прашалник утврдивме колку радиото како медиум се слуша во основното училиште.

4. Популација и примерок на истражувањето

Во истражувањето се опфатени наставници и ученици од прво до петто одделение во основните училишта „Гоце Делчев“, „Ванчо Прќе“, „Димитар Влахов“ и „Тошо Арсов“. Во него е застапен стратификуван, намерен примерок. Поради специфичноста на истражувањето, примерокот на учениците го сочинуваат

ученици по случаен избор од различни паралелки во основните училишта од прво до петто одделение.

Популацијата ја сочинуваат учениците по случаен избор од прво до петто одделение, вклучени во истражувањето.

Популацијата на наставниците ги опфаќа сите наставниците од прво до петто одделение, вклучени во истражувањето.

Табела1. Основна структура на примерокот од наставници

Ред.број	Основно училиште	Стратум	Број на наставници
1.	ОУ „Гоце Делчев“ - Штип	Град	58
2.	ОУ „Димитар Влахов“ - Штип	Град	34
3.	ОУ „Ванчо Прќе“ - Штип	Град	35
4.	ОУ „Тошо Арсов“ - Штип	Град	22
Вкупно			149

Од табелата 1 можеме да видиме дека сите наставници од прво до петто одделение, односно 149 наставници беа вклучени во истражувањето.

Табела 2. Основна структура на примерокот од ученици

Ред.број	Основно училиште	Стратум	Број на ученици	Ученици вклучени во истражувањето
1.	ОУ „Гоце Делчев“ – Штип	Град	748	90
2.	ОУ „Димитар Влахов“ – Штип	Град	771	70
3.	ОУ „Ванчо Прке“ – Штип	Град	653	120
4.	ОУ „Тошо Арсов“ – Штип	Град	328	50
Вкупно			2500	330

Од табела 2 може да видиме дека од вкупно 2.500 во истражувањето беа вклучени 330 ученици.

6. Статистичка обработка на податоците

Податоците што ги добивме од истражувањето, со примената на истражувачките техники, најпрво ќе ги класифицирам за слушаноста на радиото како медиум во основното училиште. Добиените податоци се претставени процентуално, бројчани и графички.

Податоците се обработуваат квантитативно и квалитативно. Најпрво, добиените податоци се средуваа, групираа и табелираа.

На крајот, се врши интерпретација и изведување заклучоци за истражувањето.

ТРЕТ ДЕЛ

АНАЛИЗА И ИНТЕРПРЕТАЦИЈА НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОД

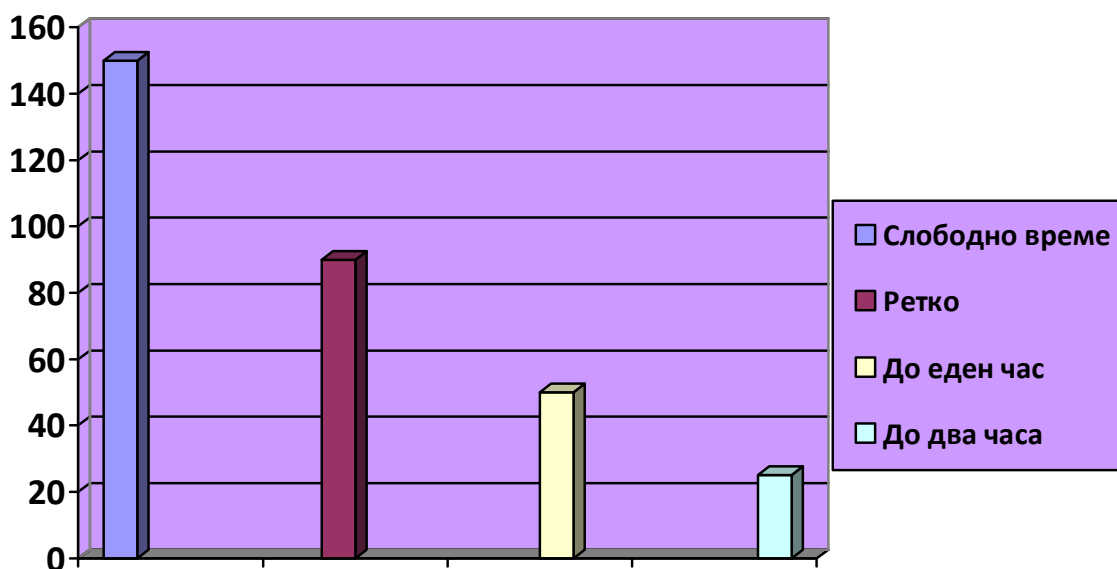
ИСТРАЖУВАЊЕТО

1. Колку просечно наставниците и учениците го слушаат радиото

Прва задача во истражувањето беше да извршам анализа за тоа колку просечно наставниците и учениците го слушаат радиото. За таа цел, ја поставив и првата хипотеза која гласи: наставниците и учениците не слушаат радио.

Табела 3. Колку просечно учениците слушаат радио?

Категорија на одговори		%
До еден час	54	16,37%
До два часа	23	6,96%
Слободно време	156	47,27%
Ретко	97	29,39%
ВКУПНО	330	100

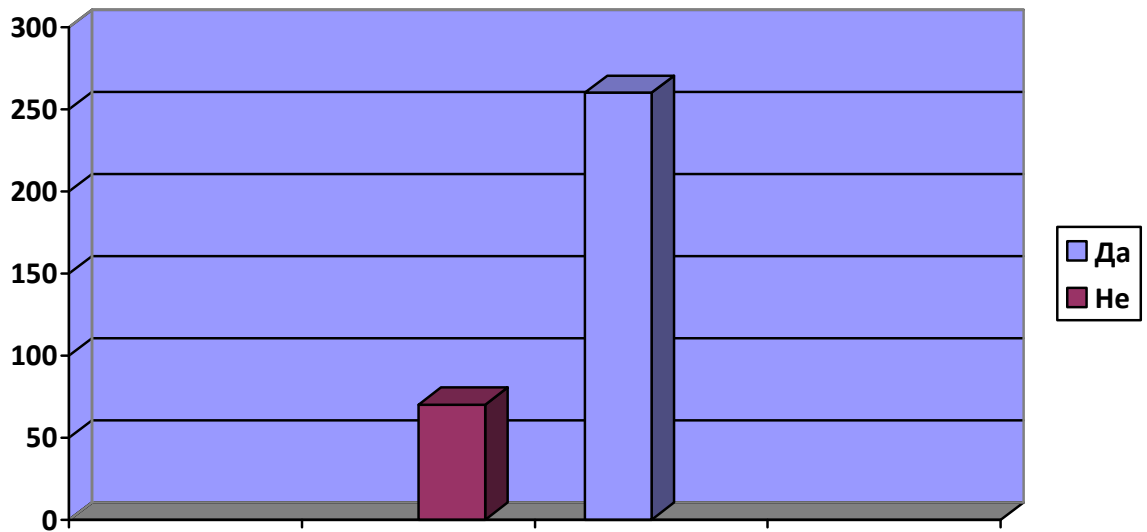


Што се однесува до просечното слушање на радиото од табелата можеме да видиме дека од вкупниот број на ученици 330 еден час радиото го слушат 54, односно 16,37%, до два часа 23 или 6,96%, во слободното време радиото го слушат 156, односно 47,27% додека ретко 97, односно 29,39% од учениците го слушаат радиото.

Според истражувањето недвојбена е оценката дека радиото најмногу се слуша кога учениците имаат слободно време, или по завршувањето на часовите. Хипотезата која ја поставивме дека учениците не слушаат радио се отфрла, бидејќи сепак истражувањето покажа дека учениците слушаат радио и тоа најмногу во слободното време. Учениците во анкетата ги прашавме и за тоа дали некогаш посетиле некое радио?

Табела 3.1. Дали имате посетено некое радио во Штип?

Категорија на одговори		%
Да	260	62%
Не	70	38%
Вкупно	330	100

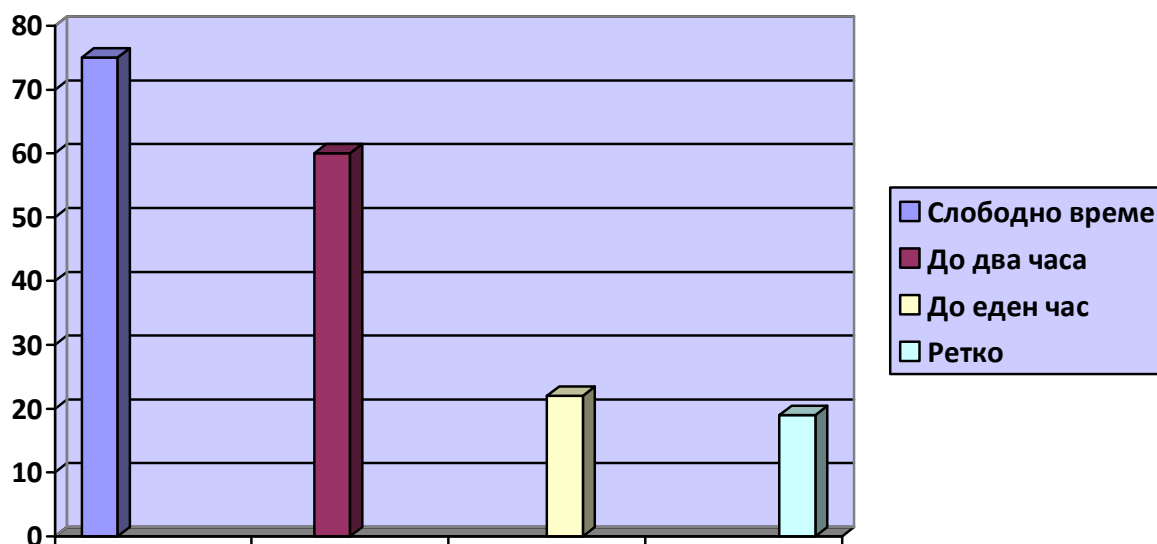


Од табелата можеме да видиме дека учениците имаат посетено радиостаница. Од вкупниот број 330, учениците одговорија дека имаат посетено 260 или 62% радиостаница, додека мал број 70 односно 38% од учениците одговорија дека немаат посетено радио. Оние испитаници кои одговорија негативно, беа конкретни во прашалникот дека за вакви посети на радиостаници не покажале интерес и нивните наставници, радиостаниците биле доста оддалечени од училиштата, каде се школуваат, па веројатно од безбедносни причини, наставниците не организирале вакви посети.

Табела 3.2. Колку просечно наставниците слушаат радио

Категорија на одговори		%
До еден час	22	12,5%
До два часа	40	34,1%
Слободно време	75	42,61%
Ретко	12	10,8%

Вкупно	149	100
--------	-----	-----



Можеме да видиме дека е слична состојбата со слушаноста на радиото од страна и на наставниците, кои го слушаат радиото најмногу во слободното време. Тие слободното време го користат за слушање на овој електронски медиум. Наставниците, пред сè, радиото го слушаат во попладневните часови, кога на електронските медиуми се репризираат образовните програми. Од вкупниот број 149 наставници, до еден час го слушаат радиото 22, односно 12,5%, до два часа 40, или 34,1%, во слободното време 75, односно 42,61 % и ретко 12 или 10,8% од наставниците одговориле дека го слушаат радиото.

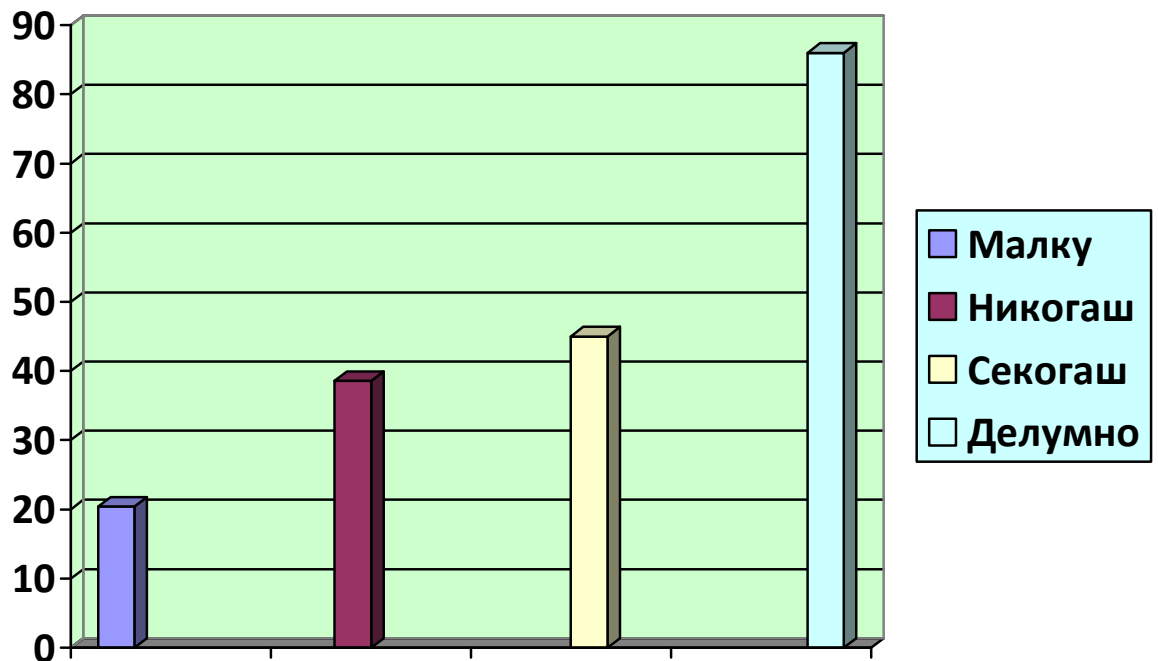
Хипотезата која ја поставивме дека наставниците не слушаат радио се отфрла, затоа што истражувањето покажа дека сепак и наставниците во слободното време го слушаат овој електронски медиум, односно радиото.

2. Колку наставниците го користат радиото за усовршување на своите знаења по одредени наставни содржини

Следна задача во истражувањето беше да се испита колку наставниците го користат радиото за усовршување на своите знаења по одредени наставни содржини. За таа цел ја поставиве и втората хипотеза која гласи: наставниците не го користат радиото за усовршување на своите знаења по одредени наставни содржини.

Табела 3.3. Колку наставниците го користат радиото за усовршување на своите знаења

Категорија на одговори		%
Малку	40	23,86%
Никогаш	30	17,05%
Секогаш	18	10,23%
Делумно	61	48,86%
Вкупно	149	100



Истражувањето покажа дека наставниците ги прошируваат своите знаења и преку слушањето на електронските медиуми, односно радиото. Почесто, наставниците преку она што го слушнале на радиото ги информираат и учениците и ги збогатуваат и нивните знаења. Од табелата може да се види од вкупниот број на наставници 149, малку 40, го користат радиото за проширување на знаењата, односно 23,86%, никогаш 30 или 17,05%, секогаш од наставниците одговориле 18, односно 10,23% и делумно 61, односно 48,86% го користат радиото за проширување на своите знаења.

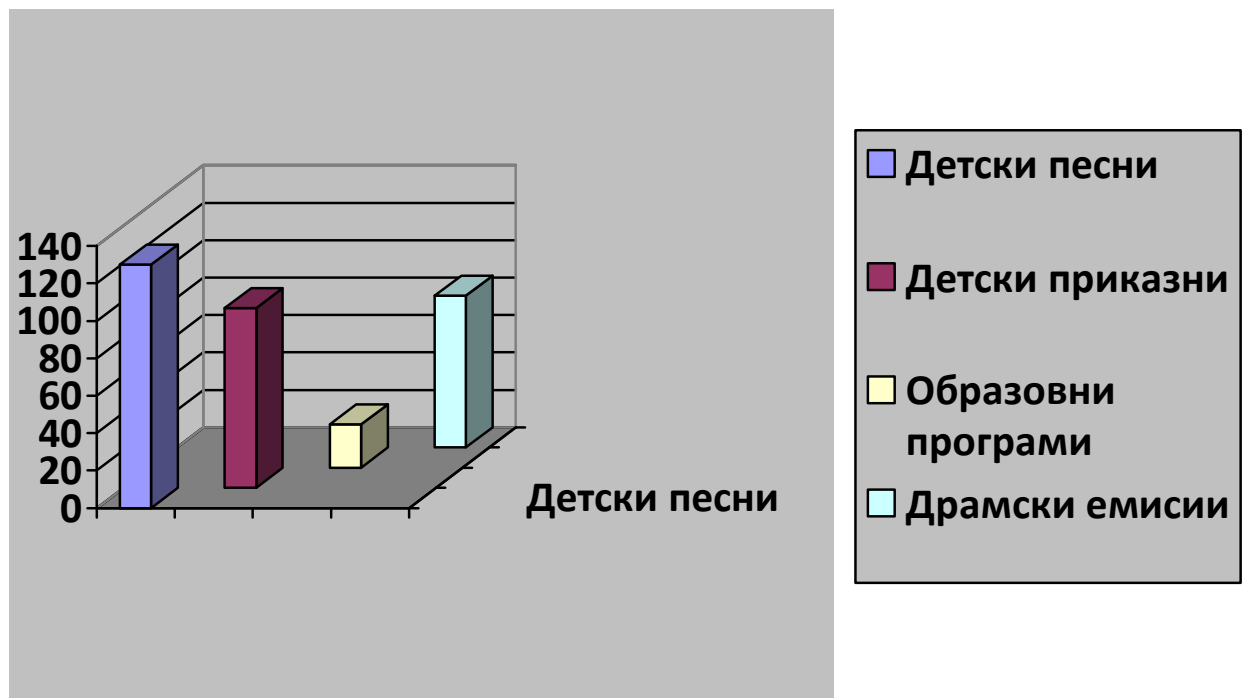
Хипотезата која ја поставивме дека наставниците не го користат радиото за проширување на своите знаења се отфрла, бидејќи истражувањето покажа дека сепак делумно наставниците го користат радиото, додека најмал е делот на оние наставници кои малку го слушаат радиото за проширување на своите знаења.

3. Кои содржини најмногу учениците сакаат да бидат застапени на радиопрограмите

Следна задача во истражувањето беше да се испита кои содржини најмногу сакаат учениците да бидат застапени на радиопрограмите. За таа цел, ја поставив и следната хипотеза која гласи: Учениците сакаат да бидат застапени музичките емисии.

Табела 3.4. Кои содржини најмногу учениците сакаат да бидат застапени на радиопрограмите?

Категорија на одговори		%
Детски приказни	96	29,09%
Детски песни	130	39,39%
Образовни емисии	23	6,96%
Драмски емисии	81	24,54%
Вкупно	330	100



Истражувањето покажа дека учениците најмногу сакаат на радиопрограмите да бидат застапени детски песни. Од вкупниот број ученици, 330, кои беа вклучени во истражувањето, 130 одговориле дека на програмата на радиото најмногу сакаат да бидат застапени детски песни, односно 39,39%, потоа детските приказни 96, или 29,09%, па драмските емисии 81, односно 24,54%, и на крај најмалку 23, или 6,96% од учениците сакаат да бидат застапени образовните емисии.

Хипотезата која ја поставивме дека учениците најмногу сакаат да бидат застапени образовните емисии на радиопрограмата се отфрла, затоа што истражувањето покажа дека учениците најмногу сакаат да бидат застапени детските песни.

(7.10.2011) петок: Основно училиште : „Тошо Арсов“

Место: Штип – одделение IV одд., наставник: Гордана Плешкова

Предмет: Македонски јазик - Подрачје: Медиумска култура

Кога влегов во училницата, учениците беа тивки, додека наставничката се подготвуваше за нивната наставна единица. Часот започна. На почетокот од часот наставничката водеше разговор со учениците за претходните знаења од медиумска култура.

Наставничката прашува: „Дали претходниот ден слушавте радио?“ Некои од учениците одговорија дека немале слободно време, а пак други ученици одговорија дека слушале некои определени емисии.

Наставничката прашува: „Какви емисии се емитуваат на радиото?“ Дарко одговара: „Забавни, детски, музички емисии“.

Часот продолжи така што наставничката подели наставни ливчиња на учениците. На наставните ливчиња беа прашањата: 1.Какви емисии сакаат да слушаат? И кои се емисиите што постојано ги следат? Учениците беа мирни и тивко работеа на задачата. По 15-20 минути наставничката им ги зема листовите. На хамер, кој беше истакнат на таблата, ги внесуваше одговорите на учениците.

Потоа, наставничката им презентираше еден инсерт од хумористична емисија и почна да ги прашува учениците: „Ученици каква е оваа емисија што ја слушате од радиото?“ Учениците одговорија во еден глас - „хумористична!“. Исто така, наставничката им пушти друг инсерт од забавна емисија и на тоа прашање учениците одговорија дека станува збор токму за забавна емисија.

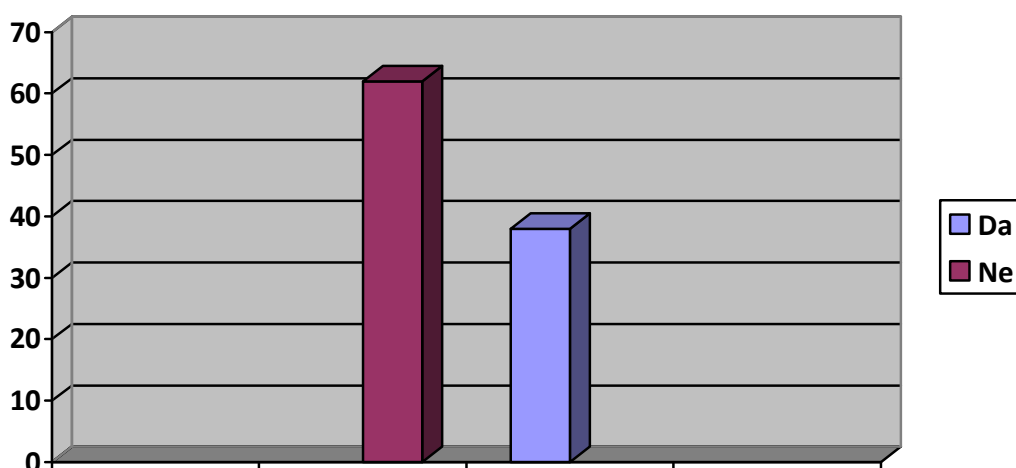
Наставничката го продолжи часот со водење разговор. Наставничката прашува: „Ученици, кој се грижи за водење на вестите?“ Марија одговара: „Водител“. Наставничката прашува: „Како се вика човекот што пушта песни на

радиото?“ Наталија одговара: „Радиотехничар“. Наставничката прашува: „Кои се предностите на радиото и телевизијата?“ Елена одговара: „На телевизија треба да си добро облечен, добро да се зборува и да не се чита, додека на радио бидејќи презентерот и водителот не се гледаат можат слободно да читаат“. На крајот наставничката праша: „Кои од учениците сака да биде водител или новинар?“ На оваа прашање се јавија поголем број ученици дека сакат да бидат водители.

Часот наставничката го заврши со констатацијата што тоа учениците разговарале на овој час. Таа им даде домашна задача на учениците да следат една радиоемисија и да ја запишат во своите тетратки.

Табела 3.5. Дали сакате да учествувате во креирањето на радиопрограмите?

Категорија на одговори		
ДА	88	38%
НЕ	242	62%
Вкупно	330	100



Од вкупниот број на ученици 330, од нив само 88, или 38%, сакаат да учествуваат во креирањето на радиопрограмите, додека 242 или 62% не сакаат да учествуваат.

На прашањето – „Зошто не сакате да учествувате во креирањето на радиопрограмите?“ поголем број од учениците беа со изговор дека немаат време

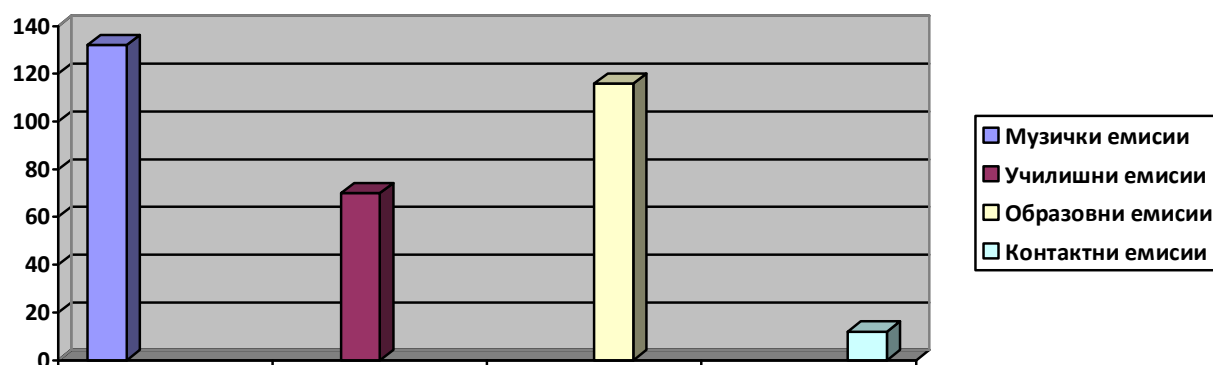
и дека се оптоварени со учење, а други пак дека повеќе време сакаат да седат на интернет и да комуницираат со своите другарчиња.

3. Што најмногу учениците сакаат да слушаат на радиопрограмата

Следна задача во истражувањето беше - да се испита што најмногу учениците сакаат да слушаат на радиото. За таа цел, беше поставена хипотезата: Учениците најмногу сакаат да ги слушаат училишните програми.

Табела 3.6. Што најмногу учениците сакаат да слушаат на радиото?

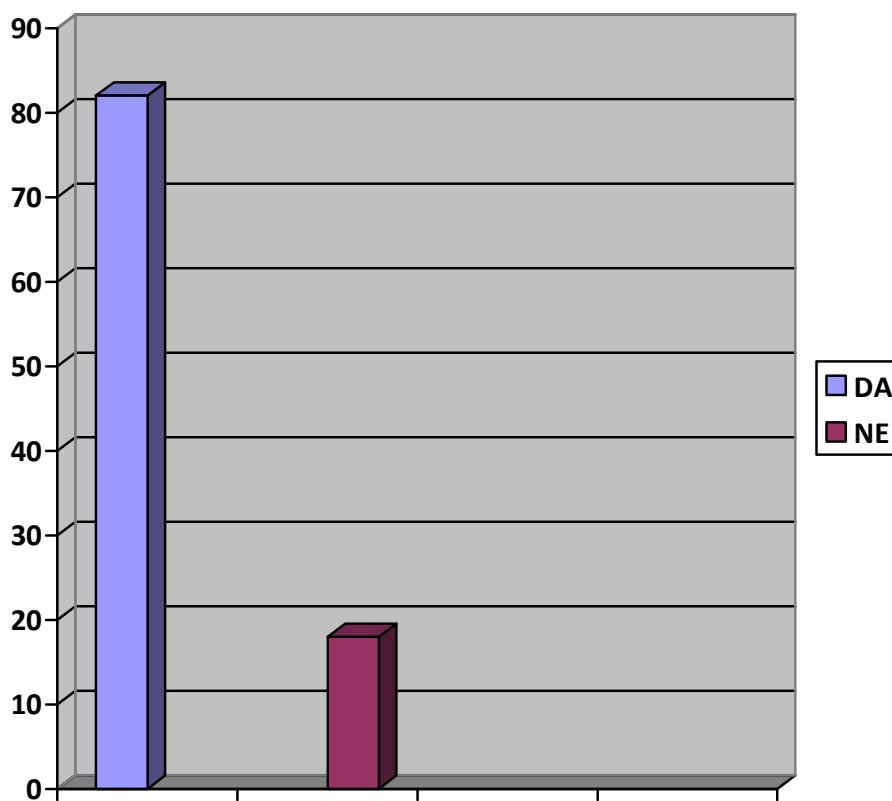
Категорија на одговори		%
Контактни програми	12	3,63%
Музички емисии	132	40%
Училишни емисии	70	21,21%
Образовни емисии	116	35,15%
Вкупно	330	100



Од табелата може да видиме дека учениците најмногу сакаат да ги слушаат музички емисии односно 132, или 40% се изјасниле дека сакаат да ги слушаат музички емисии, образовните 116, односно 35,15%, потоа училишните 70, или 21,21 %, и на крај најмалку 12, односно 3.63% од учениците сакаат да ги слушаат контактните емисии. Хипотезата која беше поставена се отфрла. Сепак истражувањето покажа дека најмногу учениците сакаат да ги слушаат музичките емисии на програмата на радиото.

Табела 3.7. Дали ви се поинтересни часовите на теми кои се сте ги слушале на радиото?

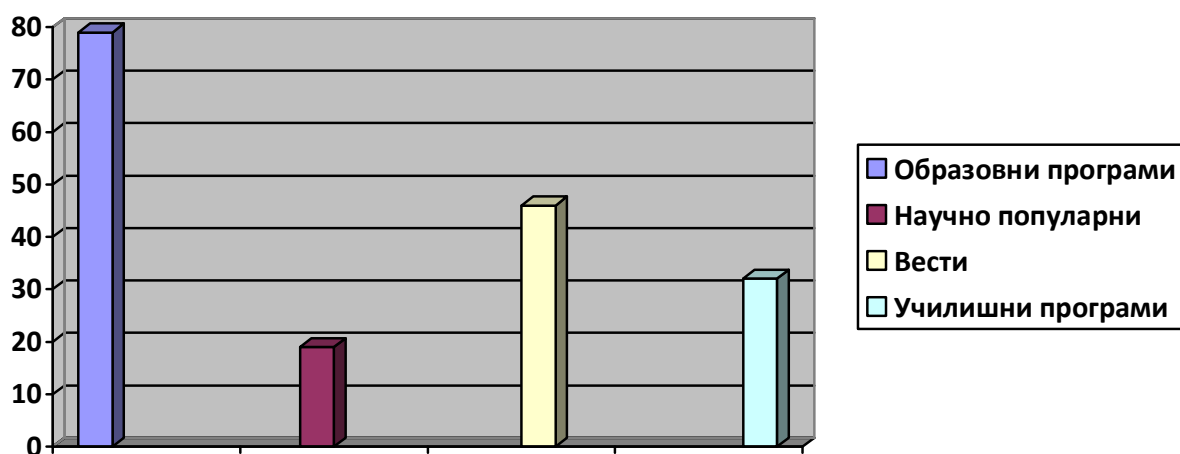
Категорија на одговори		%
ДА	252	82
НЕ	78	18
Вкупно	330	100



Од табелата можеме да видиме дека на учениците им се поинтересни часовите кога се применуваат емисии од радиото, односно 82% одговориле дека им се поинтересни часовите, додека 18 % од учениците одговориле дека не им се интересни часовите на кои се применуваат емисии од радиото. На прашањето зошто им се поинтересни часовите на кои се обработуваат теми од радиото, учениците одговорија дека кога слушале теми од радиото, часот многу побрзо и минувал и сакаат темите од радиоемисиите да се повторуваат и на часовите.

Табела 3.8. Што најчесто наставниците сакаат да слушаат на радиопрограмата?

Категорија на одговори		%
Образовни програми	68	44,89%
Научно-популарни	19	10.8%
Вести	33	26,14%
Училишни програми	29	18,18%
Вкупно	149	100



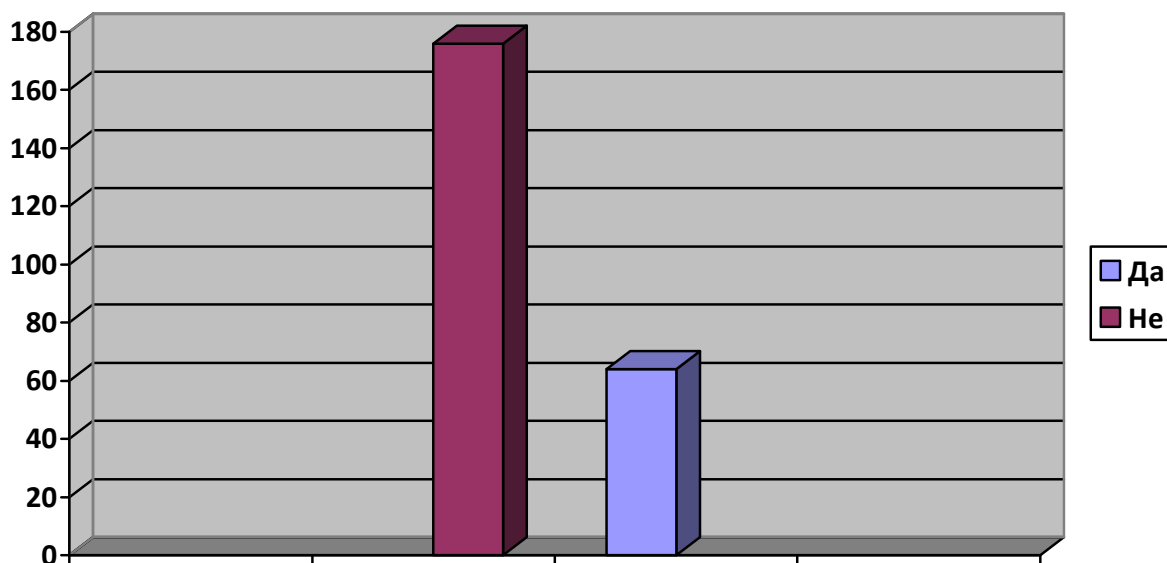
Истражувањето покажа дека наставниците најмногу сакаат да ги слушаат образовните емисии, затоа што преку нив се информираат за законите во образованието, што најмногу ги интересира наставниците, потоа, што на истите гостуваат познати личности од оваа сфера, како и научни работници.

Од табелата можеме да видиме дека од вкупниот број наставници 149, од нив, образовните емисии сакаат да ги слушаат 68 или 44,89%, потоа 33 односно 26,14%, од наставниците сакаат да слушаат вестите, 29 или 18,18%, да ги слушаат училишните емисии и на крај мал број 19, односно 10,8% од наставниците ги слушаат научно популарните емисии. Хипотезата која беше поставена се отфрла, затоа што истражувањето покажа дека наставниците најмногу ги слушаат образовните емисии на програмата на радиото.

Во анкетата, наставниците одговараа и на прашањето дали учествувале во вакви образовни емисии?

Табела 3.9. Дали имате учествувало во некои образовни емисии?

Категорија на одговори		%
Да	39	22%
Не	110	78%
Вкупно	149	100



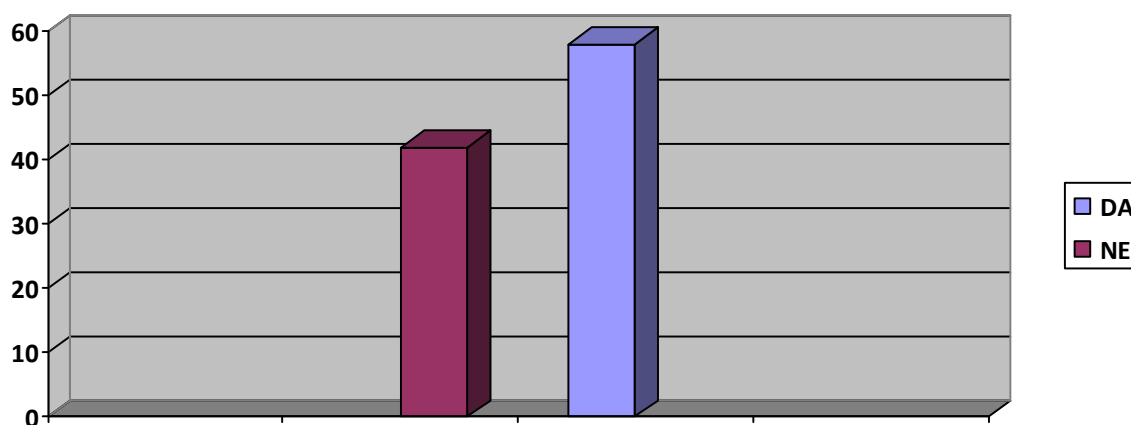
Од табелата можеме да видиме дека од вкупниот број наставници, 149, само 39, односно 22%, имаат учествувало во образовните емисии, додека поголем дел од наставниците 110, или 78% одговориле дека немаат учествувало во образовните емисии.

Причини поради кои наставниците не учествуваат е стравот од она што ќе го кажат на програмите на радиото и затоа избегнуваат да учествуваат во образовните емисии. Оние наставници, кои учествуваат во овие емисии, најчесто даваат свои мислења за одредени теми од образованието и воспитанието.

Дали секогаш верувате во она што го емитуваат радиопрограмите?

Табела 3.10. Дали секогаш верувате во содржините што се емитуваат радиопрограмите?

Категорија на одговори		
Да	96	69,88%
Не	53	30,12%
Вкупно	149	100



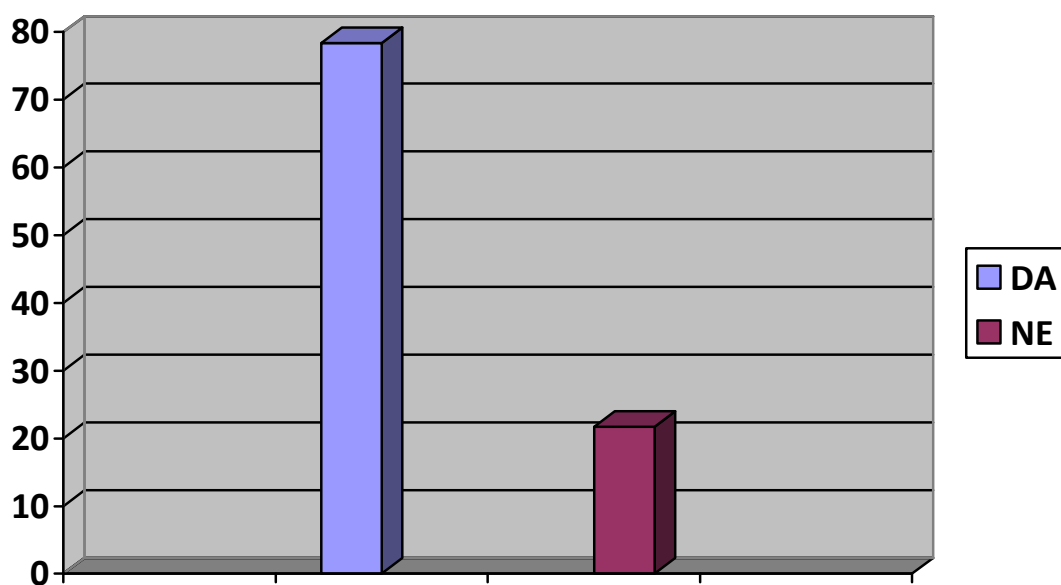
Од табелата можеме да видиме дека од вкупниот број наставници најмногу одговориле со „да“, односно 96 или 69,88%, веруваат во она што го емитуваат радиопрограмите, додека 53 односно 30,12 % од наставниците одговориле дека „не“ веруваат во се што се емитува на радиопрограмите.

На прашањето „Зошто не верувате во содржините на радиопрограмите?“, поголем број на наставници одговорија дека темите што се обработуваат не се

интересни за нив, а некои сметаат дека и новинарите од контекст вадат одредени зборови, а пак некои теми лошо влијаат и врз учениците.

Табела 3.11. Сметате ли дека радиото поттикнува хуманитарни активности?

Категорија на одговори		%
Да	115	78.33
Не	34	21.67
Вкупно	149	100



Најголем број наставници одговорија дека радиото поттикнува хуманитарни активности, односно 78%, од наставниците одговорија дека радиото поттикнува хуманитарни активности, додека мал број 21 % од наставниците не се согласуваат со тоа.

На прашањето „Зошто сметате дека радиото поттикнува хуманитарни активности?“, наставниците споменуваат повеќе хуманитарни акции, кои биле поттикнати од радиото. Откако слушнале на радиото за некој несреќен случај, наставниците организирале хуманитарни активности во училиштето. Исто така, наставниците сметаат дека овие активности ги насочуваат учениците уште од најраните години, да се информираат и да бидат вклучени во хуманитарни акции.

ЧЕТВРТИ ДЕЛ

Заклучни сознанија

Радиото останува најраспространетиот медиум за комуницирање. Потврда за тоа се две причини: приспособливост и непосредност. Имено, и во најновиот цивилизациски бран на развиена информатичка технологија, радиото си остана единствен медиум, кој се сврте кон поединечните потреби на луѓето во различен период од денот.

Во истражувањето се истакнуваат, пред сè, предностите во однос на другите медиуми. Радиото е првенствено средство за комуникација, а не само за забава. Со него, слушателот се става во активна позиција, кај него се создава акустичка слика за најразлични чувства, мисли итн. Преку радиото се води дијалог. На тој начин се воспоставува еден вид комуникативна динамика која резултира со демократски став за прашања од социјалната сфера, културата, економијата, политиката, спортот...

Радиото, покажуваат истражувањата, прерасна во школа за едукација и етичко извишување на слушателите од сите возрасти. Директно и индиректно на програмите на радиото учествуваат ученици, воспитувачи, учители, професори, лекари, спортисти, научници, политичари. Може да влијае на расположението на слушателите, но и да создава јавно мислење за одредени состојби. Фактот што радиото има мноштво слушатели од најразлични возрасти, се разбира ако содржината е приспособена на сите тие вкусови на консументите, тоа подразбира дека радиото нè мотивира, инспирира, релаксира, култивира, а најмногу едуцира и воспитува. Благовремено нè подготвува за живот...

Може да се констатира дека радиото и неговата програма најбрзо стигнуваат до консументите. Тоа е најбрз медиум. Радиото секогаш е неколку секунди пред другите медиуми, особено радиото помага кога е најпотребно, кога се случуваат природни непогоди, хаварији и слично. Радиото може веднаш да стигне до местото на настанот и да информира за овие појави да се спречат поголеми последици со своето превентивно делување.

Најзначајно е што радиото може да ги мобилизира и другите луѓе да помогнат околу укажувањето помош и надминувањето на природните непогоди. Истражувањето покажа дека радиото е мошне слушан медиум. Тоа придонесува учениците да ги збогатат своите знаења од различни области, а исто така и наставниците да ги продлабочат знаењата, што е во рамките и на процесот на доживотно учење, што со право го истакнуваат голем број научници и експерти. Со еден збор радиото има големо влијание и на учениците и на наставниците. Не случајно, радиото е моќен медиум и за комуникација, бидејќи тоа овозможува, преку отворената програма, да се слушнат најразлични информации од сите области на секојдневното живеење.

Истражувањето покажа и една друга карактеристика на радиото, која се воочува во последно време. Учениците и наставниците забележуваат на фактот што во програмските шеми на радиото се намалуваат детските емисии, иако тие и натаму се присутни, а се заменуваат со други кои воопшто не можат да се користат во образованието. Овој проблем, пред сè, се однесува за уредниците на радиото кои мора да водат сметка и за воспитната компонента на програмите што се емитуваат на радиото.

Сепак, радиото никогаш нема да го загуби својот квалитет, сè додека не дојде некој нов изум кој би бил поадекватен од него. Дотогаш, радиото ќе биде и натаму најомилено и во овој XXI век. Впрочем, анализите што ги направив и во овој труд, преку анкетање, покажаа дека радиото останува и натаму најслушан електронски медиум, кој пред сè, најмногу го почитуваат вработените во основното образованието- наставниците и учениците.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА (REFERENCES)

1. Андреевски, Ж. (1994): Кон каков информационо-комуникативен систем на Р.М, Годишник на Правниот факултет, Скопје;
2. Андреевски, Ж. (1995): Животот со мас-медиумите, Љуботен, Скопје;
3. Agge, K.(1998) : Introduction to Mass Comunnication, Harper and Row, New York;
4. Andovski, V. (1964): Sovremeno novinarstvo, Stvarnost, Zagreb
5. Breeht, B. (1977): Teorija radija, Saraevo;
6. Breht, B. (1978): Radio kao sredstvo komunikacije, RTV Teorija I praksa, Beograd;
7. Baird, R. (1971): Industrial and Business Journalism, Philadelphia and New York;
8. Baale, F.(1997): Moc medija, Beograd
9. Barnlund. D.(1968):I nterpersonal communication, Boston;
10. Bjelica, M. (1983): Stampa I drustvo, Beograd
11. Brigs, A. (2005): Uvod u studije medija, Clio, Beograd
12. Bogdanic, A. (1996): Komunikologija vodeca paradigm, Cigoja, Beograd;
13. Bratanic, M.(1993): Mikropedagogija, Skolska kniga, Zagreb
14. Vasic, S.(1972): Psiholingvistika I novinarstvo, Novinarstvo br.1/2, JIN, Beograd
15. Vlajki, E.(1984): Igre drustvenog komuniciranje, Mladost, Beograd
16. Груевски, Т. (1991): Јавното информирање во Македонија, Студентски збор, Скопје;
17. Груевски, Т. (2004): Комуникации и култура, Студенски збор, Скопје;

18. Guric, D. (1987): Novinarska radionica, Zavod za ucebnike I nastavne sredstva, Beograd
19. Gone, Z.(1998): Obrazovanje I mediji, Clio, Beograd;
20. Gunter, B. (1997): Children I Televizion, Routledge, London and New York;
21. Dumazedier, J: (1967): *Toward a Society of Leisure*, New York, Free Press.
22. Dey, A.(2004): Etika u medijama, Meijacentar, Beograd
23. Zivotic, R.(1993): Novinarski zanrovi, Institut za novinarstvo, Beograd;
24. Zgrabljic, N.(2005): Medijska pismenost I civilno drustvo, Media centar, Sarajevo;
25. I sakovic, Z.(1991): Uvod u propagandu, Zavod za ucebnike I nastavna sredstva, Beograd
26. Ilisin, V.(1991): Neki aspekti drustvenog položaja I slobodnog vremena mladih, DZOMM, Zagreb;
27. Ilisin V. (2001): Djeca I mediji, Uloga medija u svakodnevnom zivotu djece, DZOMM, Zagreb
28. Ilisin, V (1999): Mladi I televiziski medij, DZOMM, Zagreb;
29. Ilisin, V. (2003): Mediji u slobodnom vremenu dejece I komunikacija o medijskom sadrzajima, DZOMM, Zagreb;
30. Kvejl, D. (1976): Uvod u socijologiju masovnih komunikacija, Glas, Beograd;
31. Kosmir, M. (1988): Nastavki za teoriju novinarskih vrst, Drzavne založbe, Slovenija;
32. Kosmir, M.(1999): Zivot s medijama, Doron, Zagreb;
33. Kelner, D.(2004): Medijska kultura, Biblioteka multimedija, Clio, Beograd
34. Kaznev, Z. (1976): Sociologija radio - televizije, Beogradski izdavacko graficki zavod, Beograd;
35. Kink, S.(2008): Medijsko opismenjavanje odraslih, Idiz, Zagreb;

36. Lekovic, Z.(1978): Sloboda informacija u samoupravljanju, RTV, Beograd;
37. Levenson, V .(1978): Doprinos radija u nastavi, Aspekti radija, Sarajevo;
38. Lukac, S. (1976):Teorija I tehnika novinarstva, Fakultet politickih nauka, Beograd;
39. Lorimer, R. (1998): Masovne komunikacije, Nova ,Beograd;
40. Lukac, S.(1976): Teorija I tehnika novinarstva, Fakultet politickih nauka, Beograd
41. Leburic, A. (1999): Kultura I zabava mladih u slobodnom vremenu, Napredak, Zagreb;
42. Luhmann, N.(2000): The Reality of the Mass Media, Cambridge, Polity Press;
43. Lull,J.(2000): Media,Communication, Culture, Cambridge, Polity Press;
44. Морков, Б. (1984): Информативните системи во Македонија, Скопје;
45. Minkov, M. (1973): Uvod v radio I televizionata zurnalistika, Sofija;
46. Maricic, N. (1995): Profili radija, Beograd;
47. McQuail, D. (1994): Mass Comunnication Theory, Sage, London;
48. Munknof, S. (1971): Karakteristike izrazavanja radio informacije, Informisanje u praksi, Beograd;
49. Milos, M. (1972): Novinarski zanrovi, Informisanje u praksi, Beograd;
50. Mekvejl, D. (1976): Socijologija masovnih medija, Glas, Beograd
51. Матевски, З.(2000): Масмедиумите и наставата, Здружение на социолозите на Република Македонија, Скопје;
- 52.Мирасчиева,С.(2007):Комуникацијата меѓу наставникот и ученикот во основното училиште,Штип;

53. Мокров, Б.(1991): Современи теории на журналистиката, Студентски збор, Скопје;
54. Miloradovic, A.(2002): Mediji, propaganda i sistem, Golden marketing ,Zagreb;
55. Meyer,T. (2003): Medijska kolonizacija politike ,Algoritam, Zagreb;
56. McLuhan, M. (1966): *Media as Mesagge*, Free Press, New York ;
57. Milisa,Z.(2008): Odgoj I manipulacija djecom u obitelji I medijama , Idiz, Zagreb;
58. Наумовски, С. (2000): 40 години Радио Штип, Доајен, Штип;
59. Нинески, Б. (1998): Електронски медиуми во Македонија, Центар за печат, радио и телевизија, Прилеп;
60. Nuhanovic, A. (2005): Demokratija mediji javnost, Promocult,Sarajevo;
61. Orec,M. (1977): Osnovi novinarstva I informisanje, Fakultet politickih nauke,Beograd
62. Plenkovic, M. (1983): Teorija I praksa javnog komuniciranje , Zagreb;
63. Plenkovic, M. (1983): Komunikologija masovnih medija, Izdavacko instruktivno biro, Zagreb;
64. Prager, G. (1978): Govorni program radija, Aspekti radija, Saraevo;
65. Perusko,Z.(1999): Demokracija I mediji,Barbat, Zagreb;
66. Plevnik,D.(1986): Informacija I komunikacija ,Informatika i drustvo, Zagreb
67. Radojkovic, M. (2001): Osnove komunikologije, Beograd;
68. Radojkovic, M и Miletic, M (2006) Komuniciranje mediji I drustvo, Buducnost Zrenjanin, Novi Sad;
69. Rajnvan,L. (1988): Stvaralastvo novinara, Naucna kniga, Beograd;
70. Reg,D. (1996): Odnosi s medijama, Clio, Beograd;
71. Slavkovic, D.(1975): Osnovi novinarstva I informisanje, Radnicka stampa, Beograd;

72. Slavkovik, D.(1981): Biti novinar, Radnicka stampa, Beograd;
73. Street, J.(2003): Masovni mediji, politika demokracije, Golden marketing, Zagreb;
74. Sypher, H.(1984): Communication between children and adults, Sage, London;
75. Tirel, R.(1989): Televizisko novinarstvo, FDU, Beograd;
76. Tomic, Z.(1997): Komunikacija I javnost, Cigoja, Beograd;
77. Feldmann, E.(1978): Radioto I njegove funkcije u sistemu masovnih komunikacije, Aspekti radija, Sarajevo;
78. Flesch, H.(1926): Kulturni zadaci radija, Aspekti radija, Sarajevo;
79. Dordevic, T. (1979): Teorija informacija, teorija masovnih komunikacija, Partizanska knjiga, Ljubljana;
80. <http://www.skole.hr>
81. <http://www.netakademija.tvz.hr>
82. <http://www.glas-koncila.hr>
83. <http://www.journalism.org>
84. <http://webreference.com/content/writing/style.html>
85. <http://wp.netscape.com/computing/webbuilding/studio/>

ПРИЛОЗИ

Прилог 1

Прашалник за наставникот

Тема: **Радиото како медиум за масовно комуницирање во основното училиште**

Почитувани наставници!

Во овој прашалник ќе најдете на прашања на кои се бара Вашиот прецизен одговор. Прашалникот е анонимен и со Вашите искрени одговори ќе придонесете за поголема објективност.

ОПШТИ ПОДАТОЦИ

1. Возраст:

а) од 25 до 40 години

б) од 40 до 50 години

в) од 50 до 60 години

г) над 60 години

2. Образование кое го поседувате:

а) Педагошка академија

б) Педагошки факултет

в) Друго

3. Работно искуство како наставник:

а) до 10 години

б) од 10 до 20 години

в) од 20 до 30 години

г) над 30 години

1. Колку просечно слушате радио?

а) До еден час

б) До два часа

в) Во слободно време

г) Ретко

2. Колку го користете радиото за усовршување на своите знаења по одредени наставни содржини?

а) Малку

б) Секогаш

в) Никогаш

г) Делумно

3. Што најчесто слушате на радиопрограмите?

а) Образовни програми

б) Вести

в) Научно-популарни емисии

г) Училишни програми

4. Дали имате учествувало во некои образовни емисии?

а) Да

б) Не

Доколку одговорите со не, кажете зошто:

5. Дали секогаш верувате во содржините што се емитуваат на радиопрограмите?

а) Да

б) Не

Доколку одговорите со не, кажете зошто:

6. Сметате ли дека радиото поттикнува хуманитарни активности?

а) Да

б) Не

Доколку одговорите со да, кажете зошто

ВИ БЛАГОДАРИМЕ!

Прилог 2

Прашалник за учениците

Тема: **Радиото како медиум за масовно комуницирање во основното училиште**

Почитувани ученици!

Во овој прашалник ќе наидете на прашања на кои се бара Вашиот прецизен одговор. Прашалникот е анонимен и со Вашите искрени одговори ќе придонесете за поголема објективност.

1. Колку просечно слушате радио?

- | | |
|-------------------|----------------|
| а) До еден час | б) До два часа |
| в) Слободно време | г) Ретко |

2. Дали имате посетно некоја радиостаница?

- | | |
|-------|-------|
| а) Да | б) Не |
|-------|-------|

Доколку одговоривте со не, кажете зошто:

3. Кои содржини најмногу сакате да бидат застапени на радиопрограмите?

- | | |
|---------------------|-------------------|
| а) Детски приказни | б) Детски песни |
| в) Образовни емисии | г) Драмски емисии |

4. Дали сакате да учествувате во креирањето на радиопрограмите?

а) Да

б) Не

Доколку одговорите со не, кажете зошто:

5. Што најмногу сакате да слушате на радиопрограмата?

а) Контактни програми

б) Училишни програми

в) Музички емисии

г) Образовни емисии

6. Дали ви се поинтересни часовите на теми кои сте ги слушале и на радиото?

а) Да

б) Не

Доколку одговорите со да, кажите зошто:

ВИ БЛАГОДАРИМЕ!

Ирена Манева

„Радиото како медиум за комуницирање во основното училиште“

Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип